علم النفس الإعلامى

مفاهيم أساسية .. ودراسات إمبيريقية

د. نائلة عمارة

أستاذ ورئيس قسم الإعلام
كلية الآداب - جامعة حلوان



الناشر
دار النهضة العربية
٣٢ش عبد الخالق ثروت - القاهرة

علم النفس الإعلامى

مفاهيم أساسية .. ودراسات إمبيريقية

تأليف

د. نائـلة عمــارة

رئيس قسم الإعلام

كلية الآداب – جامعة حلوان

٢٠٠٨

الناشــر

دار النهضة العربية

٣٢ ش عبد الخالق ثروت – القاهرة

رقم الايداع
٢٠٠٨/٨٩٨٣

دار الإيمان للطباعة
ت: ٢٣٢١٥٩٩٥ - ٠١٨٣٦٥٣٢٣٣

بسم الله الرحمن الرحيم

وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا {٧} فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا {٨}

صدق الله العظيم

سورة الشمس الآية (٧، ٨)

الفهرس

رقم الصفحة

مقدمة الكتاب

يعتبر علم النفس الإعلامي من المجالات البينية التي استحوذت على اهتمام الباحثين الإعلاميين منذ البدايات الأولى للدراسات الإعلامية وحتى الآن. وتمثل أعمال كارل هوفلاند وبول لازرسفيلد وكورت ليفين في الثلاثينات والأربعينات من القرن العشرين، الأساس لهذا العلم، ونقطة الانطلاق الأولى له.

وعلى الرغم من كثرة المؤلفات الغربية عن علم النفس الإعلامي، وثراء المكتبة الغربية، لاسيما الأمريكية، بعديد من الكتب المهمة، فإن المكتبة الإعلامية العربية تكاد تخلو من أي مؤلف علمي جاد في هذا المجال، يزاوج بين الرؤية النظرية بقضاياها وأطروحاتها المختلفة، والتطبيق العملي بمشاكله وتبايناته المتعددة.

وينقسم الكتاب الذي بين أيدينا إلى سبعة فصول:-

الفصل الأول: وعنوانه "علم النفس الإعلامي: مفهومه وحدوده وتطور دراساته" ويلقي الضوء على مفهوم علم النفس، وحدوده وموقعه على خريطة علم النفس، كما يلقي الضوء على مراحل تطوره المختلفة.

الفصل الثاني: وعنوانه "الاتجاهات البحثية الحديثة في علم النفس الإعلامي" وفيه تحليل من المستوى الثاني لاتجاهات الدراسات العربية والأجنبية التي أجريت خلال العشر سنوات الأخيرة، وهي دراسات إعلامية لها أبعاد نفسية، أو دراسات نفسية لها تطبيقاتها في الوسائل الإعلامية أو هما معاً.

الفصل الثالث: وعنوانه "مفهوم الوحدة النفسية وعلاقته بوسائل الإعلام" حيث تم تناول مفهوم الوحدة النفسية كدافع للتعرض لوسائل الإعلام أو كنتيجة لها، وتم عرض أهم نتائج الدراسات السابقة في هذا المجال وأهم الاتجاهات البحثية المفسرة لهذه العلاقة والموضحة لها.

الفصل الرابع: وعنوانه "تكنولوجيا الاتصال الحديثة وعلاقتها ببعض الأبعاد النفسية لدى الشباب المصري" ومن نماذج الأجهزة التي تم تناولها: الدش،

وأجهزة الفيديو المنزلية، والريموت كنترول، ومن المفاهيم النفسية والاجتماعية: تقدير الذات، والانوميا الاجتماعية ووجهة الضبط وغيرها.

الفصل الخامس: وعنوانه "الصور الذهنية المتبادلة بين المراهقين وكبار السن" وفيه تقدم المؤلفة استعراضاً لأهم الصور الذهنية والتصورات العقلية المتبادلة بين المراهقين وكبار السن، ومدى انعكاس التصورات الإعلامية والتقديمات التى تظهر فى وسائل الإعلام على هذه الصور المتبادلة.

الفصل السادس: وعنوانه "صورة الجسم ووسائل الإعلام" حيث تم إلقاء الضوء على التيارات البحثية والاتجاهات النظرية المرتبطة بدور وسائل الإعلام فى تكوين صورة الجسم، وفى تشكيل مدركات الأفراد لاسيما الفتيات عن شكل الجسم المثالى، وما يترتب على ذلك من شيوع شعور السخط الجسدى وعدم الرضا عن الذات.

الفصل السابع: وعنوانه "آليات فهم وتذكر المضامين الإعلامية"، وفيه تم إلقاء الضوء على بعض نظريات علم النفس المعرفى المرتبطة باستراتيجيات وآليات العقل البشرى فى تمثيل المعلومات ومعالجتها، وتم تقديم نتائج بعض الدراسات الامبيريقية فى هذا المجال.

وبصفة عامة، فإن هذا الكتاب، هو مقدمة أولى، وأرجو أن تكون وافية لهذا المجال، وهو كتاب لا غنى عنه لكل دارس للظاهرة الإعلامية وتأثيراتها، وكل ممارس يريد أن يحقق أهدافه وغاياته، ولهما معاً فى سعيهما نحو فهم أفضل لسلوكيات الفرد. والله من وراء القصد وهو يهدى السبيل.

د. نائلة عمارة

القاهرة: مارس ٢٠٠٨

الفصل الأول

علم النفس الإعلامى

(مفهومه وحدوده وتطور دراساته)

الفصل الأول

علم النفس الإعلامى

(مفهومه وحدوده وتطور دراساته)

تمهيد:

على الرغم من التداول الواسع لمفهوم "علم النفس الإعلامى" فى السنوات الأخيرة، والانتشار الكبير له فى كثير من المجالات البحثية، والاستخدامات المتعددة له فى المجالات التطبيقية، فإن هناك نقصاً فى التعريف الأكاديمى له، ومحدودية فى الإشارة إلى حدوده وجوانبه، وقصوراً فى تحديد مجالات البحث فيه والدراسة فى موضوعاته. ولعلَّ ذلك كله هو ما يدفع إلى محاولة البحث عن إطار تعريفى واضح لهذا العلم، وتحديد دقيق لمجالاته ولحقوله البحثية من ناحية، ولموقعه على خريطة الدراسات النفسية من ناحية أخرى، إضافة إلى البحث فى مراحل تطوره التاريخى، وقوفاً على حاضر دراسته، واستشرافاً لمستقبلها، وهو ما تحاوله هذه الدراسة.

وتوجد عدة ملاحظات مبدئية يجب البدء بها، والتوقف عندها، قبل محاولة استعراض المعالم الرئيسية لعلم النفس الإعلامى، منها:-

أولاً: إن ما نقوم به فى هذه الدراسة من محاولة صياغة إطار مفاهيمى واضح لعلم النفس الإعلامى بعد أكثر من ثمانى عقود على ظهوره، ليس غريباً فى إطار البحث العلمى، فغالباً ما تكون الدراسات التطبيقية أسبق من البناءات النظرية، ودائماً يكون الواقع أسبق من الفكر. وعلى هذا، فليس متصوراً أن يقوم باحث بكتابة هذه الدراسة قبل أن تكون لديه دراسات كثيرة تم تطبيقها فى سنوات عديدة حتى يستطيع أن يصل إلى النتائج التى تدعم تصوراته، وإلى المسلمات التى يبنى عليها افتراضاته. وهكذا، فالواقع التطبيقى دائماً وأبداً سابق على الواقع النظرى، والتنظيرات الإجمالية تابعة دائماً وأبداً للتفضيلات البحثية الجزئية.

ثانيا: رغم كثرة الإشارات فى كثير من الكتب والدراسات الإعلامية إلى البدايات الأولى لعلم النفس الإعلامى، وكونه تالياً لظهور الدراسات الإعلامية ذاتها، فإنه لا يمكن القبول المطلق لهذا الرأى واعتباره مسلمة غير قابلة للنقض أو للطعن. ووجهة نظرنا، على ما سنشير إليه لاحقاً، أن الدراسات الإعلامية وعلم النفس الإعلامى "توأم" علمى، ولدا من رحم واحد فى زمن متقارب جداً، وإن كانت الأسبقية من وجهة نظرنا لعلم النفس الإعلامى، فهو سابق على الدراسات الإعلامية، فالاتصال البشرى، وهو جوهر علم النفس، سابق على الدراسات الإعلامية التى ظهرت، كما يشير ولبور شرام، فى الساعة الحادية عشرة وخمس وخمسين دقيقة من ليلة الحادى والثلاثين من ديسمبر، أى قبل خمس دقائق فقد من نهاية السنة فى تاريخ العلم. أما سيكولوجية الاتصال البشرى فيمكن القول إنه ولد فى الساعة الثانية عشرة وخمس دقائق من صباح اليوم الأول من تاريخ العلم.

وتهدف هذه الدراسة بصفة عامة إلى:-

أولاً: تحديد مفهوم علم النفس الإعلامى، وتحديد موقعه على خريطة الدراسات النفسية.

ثانياً: تحديد أهم الخصائص والسمات التى تميز علم النفس الإعلامى.

ثالثاً: تحديد المراحل التاريخية لتطوير هذا العلم، وخصائص كل مرحلة منها.

ويمكن عرض مخرجات هذه الدراسة على النحو التالى:-

المحور الأول: موقع علم النفس الإعلامى على خريطة الدراسات النفسية والإعلامية:

فى هذا المحور، سيتم الإشارة إلى مفهوم علم النفس وإلى مجالاته وفروعه المختلفة، ثم بعد ذلك يتم تحديد موقع علم النفس الإعلامى على خريطة دراساته، وما يميز هذه الدراسات كمجال بحثى.

أولا: مفهوم علم النفس ومجالاته:

توجد تعريفات متعددة قدمها الباحثون والمتخصصون لمفهوم علم النفس، ومن هذه التعريفات:

"علم النفس هو العلم الذى يدرس سلوك الإنسان، بأوسع معنى لمصطلح السلوك، بحيث يشمل كل نشاط يؤديه الإنسان فى تفاعله مع بيئته الطبيعية والاجتماعية، حتى تصبح أكثر ملاءمة له، أو يقوم به مع نفسه ليكيفها وفق حاجاته الخاصة، ووفق متطلبات ظروفه الاجتماعية والطبيعية التى يتواجد فيها حتى يحقق لنفسه أكبر قدر من التوافق والتوفيق يستطيعه وتمكنه منه طاقته".

وأيضاً "علم النفس هو العلم الذى يدرس سلوك الإنسان، أى يصف هذا السلوك ويحاول تفسيره".

وأيضاً "علم النفس هو علم دراسة السلوك الإنسانى فى حالتى السواء والمرض، وأن الهدف الأول لعلم النفس يتمثل فى فهم هذا السلوك وتفسيره اعتماداً على مظاهر السلوك من ناحية وما يعتمل داخل النفس الإنسانية من ناحية أخرى".

ومن هذه التعريفات وغيرها يتضح أن مفهوم السلوك هو المفهوم الأساسى الذى تدور حوله هذه التعريفات، وقد اختلف العلماء فى تحديد معنى السلوك، فمنهم من يقصره على **النشاط الحركى الظاهر** الذى يمكن أن يشاهده أشخاص أخرون، كالمشى والكلام والجرى والابتسام والعزف والهرب. ومنهم من يبسط مفهومه بحيث يشمل جميع ما يصدره الفرد من نشاط ظاهر، كالكلام أو المشى، أو **نشاط باطن**، كالتفكير والتذكر والشعور والانفعال، وهو يتفاعل مع بيئته ويحاول التكيف لها، وبعبارة أخرى فالسلوك هو كل ما يصدر عن الفرد من الفرد من استجابات مختلفة إزاء موقف يواجهه، إزاء مشكلة يحلها، أو خطر يتهدده، أو قرار يتخذه، أو مشروع يخطط له، أو درس يحفظه، أو مقالة يكتبها، أو ألة يصلحها، أو مسابقة يعمل على الفوز فيها، أو لوحة فنية يتأملها، أو أزمة نفسية يكابدها.

ويشير الباحثون أيضاً إلى أن مفهوم السلوك يتضمن ما تقوم به أجهزتنا الجسمية من نشاطات قد نستطيع الإحساس بها كالتنفس وطرفة العين، وقد لا نستطيع أن نحسها، حتى لو قصدنا إلى ذلك، مثل إفرازات المعدة وإفرازات السكر فى الدم... .

ولعلم النفس، شأنه فى ذلك شأن العلوم الأخرى، أهداف ثلاثة:

- فهم السلوك وتفسيره: ويعنى هذا الهدف جمع وقائع وصوغ مبادئ عامة وقوانين يمكن بها فهم السلوك وتفسيره.
- التنبؤ بما سيكون عليه السلوك: بمعنى توقع وقوع حوادث معينة بناء على توافرالعوامل المؤدية إليها أو المسببة لها.
- ضبط السلوك والتحكم فيه بتعديله أو توجيهه أو تحسينه أو العمل على إزالته.

فروع علم النفس ومجالاته:

توجد تقسيمات متعددة لفروع علم النفس ومجالاته، ويشير بعض الباحثين إلى أن هناك فرعين رئيسين نظرى وعملى، فكرى وتطبيق، فعلم النفس "شأنه شأن كثير من العلوم الأخرى له فروع عدة، يغلب على بعضها النزعة النظرية بينما يغلب على البعض الآخر النزعة التطبيقية، وإن كانت النزعتان لا تنفصلان فى الواقع إلا نادراً. وقد كان علم النفس فى الماضى يقتصر على دراسة الإنسان الراشد الكبير ذى البشرة البيضاء، غير إن اتساع آفاقه وتعدد مسائله نتج عنه ميل إلى التخصص والتفرع كما فعلت علوم الطب والهندسة والفيزياء، فظهرت له فروع نظرية وتطبيقية مختلفة، أما الفروع النظرية فلا تهدف إلى نفع مباشر أو حل مشكلة عملية، بل إلى العلم لمجرد العلم، أى إلى مجرد الكشف عن المبادئ والقوانين التى تهيمن على السلوك".

وهناك تقسيم آخر رباعي، نميل إليه ونعتقد فى دقته، يشير إلى أن علم النفس يمكن تصنيف مجالاته وتقسيم فروعه على النحو التالى:-

١- فروع ومجالات نشأت نتيجة تشعب الدراسة الأكاديمية وتعقدها:

فكما تطورت العلوم الطبية وأصبحت أكثر تخصصاً، وكما تطورت العلوم الهندسية وأصبحت أكثر تحديداً وتركيزاً، كذلك، فقد تعددت الدراسات النفسية وظهرت عدة فروع وتخصصات مثل: علم النفس العام، علم النفس الاجتماعى، علم النفس الارتقائى.. وهكذا.

علم النفس العام:

يستهدف الكشف عن المبادئ والقوانين التى تفسر سلوك الناس بوجه عام، كما أنه يدرس الظواهر النفسية الشائعة بين كافة الناس كالدوافع النفسية والقدرات العقلية والذكاء والاتزان النفسى والشخصية والنمو النفسى.

علم النفس الفارق

يدرس ما بين الأفراد أو الجماعات أو السلالات من فوارق فى الذكاء أو الخلق أو الشخصية أو الاستعدادات والمواهب الخاصة. كما يدرس أسباب هذه الفوارق ونتائجها مستنداً إلى الحقائق التى يكشف عنها علم النفس العام، فإذا كان علم النفس العام يبين لنا كيف تتشابه الأفراد، فعلم النفس الفارق يبين لنا كيف يختلفون، وإلى أى حد يختلفون.

علم النفس الارتقائى (سيكولوجية النمو)

يدرس مراحل النمو المختلفة التى يجتازها الفرد فى حياته، والخصائص السيكولوجية لكل مرحلة، والمبادئ العامة التى تصف مسيرة هذا النمو والارتقاء. ومن فروعه: علم نفس مرحلة الرضاعة، وسيكولوجية الطفل وسيكولوجية المراهقة، وسيكولوجية مرحلة الرشد، وسيكولوجية الشيخوخة.

علم النفس الاجتماعى

يدرس سلوك الأفراد والجماعات وهم تحت تأثير المواقف الاجتماعية المختلفة، وبعبارة أخرى فهو يدرس الصور المختلفة للتفاعل الاجتماعى، أى التأثير المتبادل، بين الأفراد وبعضهم البعض، وبين الجماعات بعضها وبعض.

علم نفس الشواذ

يبحث فى نشأة الأمراض النفسية والأمراض العقلية، وضعف العقل والإجرام وأسبابها المختلفة، مع محاولة وضع أسس لعلاجها.

علم نفس الحيوان

يبحث فى سلوك الحيوانات المختلفة ويحاول الإجابة عن أسئلة مثل: هل تستطيع الحيوانات أن تفكر؟ ما مدى قدرتها على التعلم؟ ألديها قدرة على التذكر وما مداه؟ اتشترك مع الإنسان فى بعض الدوافع؟ هل يختلف ذكاؤها عن ذكاء الإنسان فى الدرجة أم فى النوع؟...

علم النفس المقارن

يقارن سلوك الإنسان بسلوك الحيوان، وسلوك الطفل بسلوك الراشد، وسلوك الإنسان البدائى بسلوك المتحضر، وسلوك الشخص السوى بسلوك الشاذ معتل الشخصية.

٢- فروع ومجالات نشأت نتيجة التطبيق والممارسة

وقد ظهرت هذه الفروع استجابة للطلب الاجتماعى أو التجارى على النظرية النفسية، والدراسة النفسية خارج إطار الدراسات الأكاديمية البحتة، ومن أمثلة هذه الفروع: علم النفس التربوى، علم النفس العسكرى، علم النفس الصناعى والتنظيمى وغيرها.

علم النفس التربوى

يهتم هذا الفرع من علم النفس بتطبيق مبادئ علم النفس ونظرياته ومناهج البحث الخاصة به فى مجال التربية والتدريس والتعليم وما يظهر فيه من مشكلات وظواهر فى حاجة إلى دراسة أو علاج أو حلول، ويهدف هذا الفرع من كل هذا إلى رفع كفاية العملية التربوية أو التعليمية وجعلها أكثر عائداً وأقل تكلفة وأفضل نجاحاً.

علم النفس العسكرى

يهتم بكل تطبيقات علم النفس فى القوات المسلحة وفى الدفاع العسكرى والمعنوى عن تراب الوطن، وأيضاً بتطبيقات علم النفس فى القوات العسكرية وإدارتها وتحريكها ورفع روحها المعنوية والقتالية عند الهجوم والاقتحام والغزو.

علم النفس الصناعي والتنظيمي

يستهدف هذا الفرع دراسة المشكلات ذات الطبيعة النفسية التي تنشأ في مجال العمل ومنظماته بواسطة المنهج العلمي المستخدم في البحوث النفسية واقتراح الحلول لهذه المشكلات، كما يستهدف أيضاً تطبيق النظريات والمعلومات النفسية لفهم هذه المشكلات وحلها.

علم النفس السياسي

فرع من علم النفس يهتم بتطبيق مبادئ علم النفس وأسسه ومقالاته ونظرياته ومناهجه في البحث وطرقه، لدراسة المشكلات السياسية والقضايا المختلفة بين الدولة (أو الدول) وغيرها للوصول إلى أفضل الحلول وأنجحها وأفيدها..

علم النفس الجنائي

فرع من علم النفس يهتم بدراسة العوامل السيكولوجية وراء جرائم الكبار وانحراف الأحداث، ومدى جدوى العقوبة وعدالتها في الفعل الجنائي المرتكب، سواء أكانت الجريمة من الراشدين أم من الأطفال، وما هي القيمة الوظيفية للعقوبة بصفة عامة؟ هل هي للإصلاح أم للردع أم للقصاص..

علم النفس الإكلينيكي

فرع تطبيقي من علم النفس يركز - بصفة خاصة - على المرضى والمضطربين والمنحرفين بهدف تشخيص مرضهم أو اضطرابهم أو انحرافهم وممارسة العلاج لهم بأي طريقة أو منهج من طرق العلاج النفسي وأساليبه المختلفة..

علم النفس الإرشادي

الإرشاد النفسي هو علاج نفسي سطحي لمشكلات السلوك والحياة اليومية، وكأنه إرشاد وتوجيه للفرد حتى يسوس مشاكله ويتعامل معها بحكمة وكياسة، ومن هنا فإن الإرشاد النفسي في أساسه عملية مساندة للفرد وتوجيهه لاتباع أفضل الأساليب لعلاج مشكلاته.

التحليل النفسى

فرع من فروع علم النفس يغلب عليه الجانب التطبيقى، حيث يهتم بدراسة الظواهر السلوكية والاجتماعية والحضارية وفق منهج التحليل النفسي ونظريته واللذين أقامهما فرويد مما يزيد على مائة عام.

علم النفس العائلى

وهو فرع حديث تماماً، ويهتم بدراسة العلاقات النفسية بين الزوج والزوجة، وبين الآباء والأبناء، وبين الأمهات والأبناء، مع دراسة تطور كل هذه العلاقات ومراحلها وارتقائها.

علم النفس الرياضى

يهتم هذا الفرع بدراسة العوامل السيكولوجية وتطبيق المعلومات والنظريات النفسية فى مجال الأنشطة الرياضية المختلفة، مع استخدام منهج البحث النفسى فى دراسة أية مشكلة أو ظاهرة تستحق الدراسة فى هذا المجال.

علم النفس الصيدلي

فرع يهتم ببحث ودراسة أثر العقاقير والأدوية على الحالة النفسية للفرد، واستخداماتها لعلاج الأعراض النفسية المرضية، أعراض الاكتئاب أو الهوس أو الفصام أو القلق...

علم النفس البيئى

يهتم هذا الفرع ببحوث وتطبيقات المعلومات والنتائج النفسية فى موضوعات تأثير الظواهر البيئية والطبيعية المحيطة بالإنسان، مثل التلوث، والضوضاء والزلازل، والظروف الجوية، كالعواصف ودرجات الحرارة والرطوبة..

٣- فروع ومجالات نشأت نتيجة الاعتماد على مداخل نظرية ومنهجية معينة

وقد ظهرت هذه الفروع نتيجة التركيز على استخدام مداخل منهجية معينة Particular Methodological Approaches أو مقاربات نظرية محددة

Theatrical Perspectives مثل علم النفس النقدى Critical Psychology أو علم النفس السلوكى Connectionist ، وعادة ما يتم وصف هذه المجالات باسم مدارس التفكير School of Thoughts. ويمكن الإشارة إلى أهم هذه المدارس على النحو التالى:

١- المدرسة السلوكية

أسسها واطسن الأمريكى فى مطلع هذا القرن، وهى مدرسة تنظر إلى الكائن الحى نظرتها إلى آلة ميكانيكية معقدة لا تحركه دوافع موجهة نحو غاية بل مثيرات فيزيقية تصدر عنها استجابات عضلية وغددية مختلفة، وفى هذا يقول واطسن "أعطونى عشرة أطفال أصحاء التكوين وسوف أختار أحدهم جزافاً ثم أدربه فأصنع منه ما أريد: طبيباً أو فناناً أو لصاً أو متسولاً بغض النظر عن ميوله ومواهبه أو سلالة أسلافه".

٢- المدرسة الغرضية أو الوظيفية

يطلق هذا الاسم على كل مدرسة أو مذهب ينكر أن السلوك يمكن تفسيره تفسيراً كاملاً على أسس ميكانيكية كما تزعم السلوكية، ويرى أن الغايات والأغراض تقوم بدور هام فى تعيين السلوك وتوجيهه.. فكل سلوك يصدر عن الكائن الحى يهدف إلى غاية ويتجه إلى تحقيق غرض حتى إن لم يكن شاعراً بهذا الغرض.

مدرسة التحليل النفسى

وتنسب إلى عالم النفس الشهير أدموند فرويد.. ومما تنفرد به هذه المدرسة:-

- توكيدها أثر العوامل والدوافع اللاشعورية فى تفسير السلوك السوى والشاذ للإنسان، مع عدم إغفالها دراسة الحياة النفسية الشعورية.
- اهتمامها بدراسة الشخصية السوية والشاذة اهتماماً بالغاً: تشريحها وتكوينها وعوامل انحرافها، فإن كان علم النفس هو علم السلوك فالتحليل النفسى هو علم الشخصية.

- بسطها مفهوم الغريزة النفسية ودراسة تطورها من الناحية النفسية وصلة ذلك بشخصية الفرد.

مدارس التحليل النفسى الجديدة

عدة مدارس تحيد عن مدرسة فرويد فى بعض المفهومات العلمية وطرق العلاج الكلينيكية لكن لا تزال داخل الإطار العام للمدرسة الأم. لقد كانت مدرسة فرويد تؤكد أثر الغرائز خاصة الغريزة الجنسية وغريزة العدوان فى تكوين الشخصية وإحداث الاضطرابات النفسية، أما هذه المدارس الجديدة فتؤكد أثر العوامل الحضارية والتفاعل بين الناس، وترى أن ميدان التحليل النفسى وثيق الصلة بعلم النفس الاجتماعى.

مدرسة الجشطلت

ظهرت هذه المدرسة فى ألمانيا فى أوائل القرن العشرين، ومعناها الكل المتكامل الأجزاء أو الصيغة الإجمالية أو النمط.. وقد ظهرت هذه المدرسة فى وقت أسرف فيه كثير من علماء النفس فى تحليل الظواهر النفسية إلى ظواهر جزئية. وترى مدرسة الجشطلت أن الظواهر النفسية وحدات كلية منظمة وليست مجموعات من عناصر بسيطة وأجزاء متراصة يجب عزلها أولاً وتحليلها.

المدرسة السلوكية الجديدة

ويطلق عليها اسم نظرية المثير والاستجابة.. ولا تزال تجعل للتعلم وتكوين العادات مركز الصدارة من بحوثها،، لكن بعض أنصارها يعرضون عن التفسير الآلى للسلوك، كما يرون إمكان دراسة الحالات الشعورية عن طريق منهج التأمل الباطن.

مدرسة تحليل العوامل

تحاول هذه المدرسة الكشف عن أقل عدد من العناصر أو العوامل المستقلة الأولية – أى التى لا يمكن ردها إلى أبسط منها – التى تتألف منها المركبات

السيكولوجية كالذكاء والشخصية، وتعتمد في بحوثها على تطبيق الاختبارات السيكولوجية المختلفة، ومعالجة النتائج بطرق إحصائية معقدة.

٤- فروع ومجالات يمكن تعريفها وتحديدها على أساس الموضوع On the Basis of Topic

ومن هذه الفروع والمجالات: الباراسيكولوجي Para Psychology وعلم النفس الثقافي Cross Cultural psychology، وعلم النفس الموسيقي Psychology of Music. وهذه المجالات قد تتضمن أبعاداً ومقاربات من مجالات أوسع مثل علم النفس المعرفي، علم النفس الارتقائي، وإن كانت لا يتم السيطرة عليها من خلال مدرسة نظرية أو منهجية معينة.

ويمكننا بصفة عامة القول بأن علم النفس الإعلامي يدخل في إطار، وينتمي إلى تيار هذه الفئة الرابعة، فهو نمط مرتبط بالموضوع Topic-defind Type وله علاقة بالقضية.

المحور الثاني: مفهوم علم النفس الإعلامي واهم ما يميزه كمجال بحثي:

توجد تعريفات متعددة قدمها الباحثون مؤخراً لمفهوم علم النفس الإعلامي، وإن كانت هذه المحاولات أقرب إلى التوصيف، في رأينا، منها إلى التعريف، وأكثر ارتباطاً برصد الأعراض والظواهر منها بتحديد الماهيات والجواهر. ومن هذه التعريفات:-

"علم النفس الإعلامي هو العلم الذي يعني بتطبيق مبادئ وقوانين علم النفس في إعداد الرسالة الإعلامية وتقديمها بما يتناسب مع طبيعة المستقبل لها، طفلاً كان أو مراهقاً أو راشداً، ذكراً كان أو أنثى، متعلماً كان أو أمياً، مثقفاً كان أو غير ذلك، بهدف التأثير فيه ومساعدته في الوقت نفسه على تطوير سلوكه وتغيير اتجاهاته وحل مشكلاته بما يتلاءم مع أهداف المجتمع الراهنة وتطلعاته المستقبلية".

وهو علم يهتم "بتطبيق النظريات النفسية المتعلقة بالعمليات العقلية والسلوكية لدى البشر في دراسة وسائل الإعلام".

ويشير بعض الباحثين إلى أن هناك "علاقة تلازمية بين الإعلام وعلم النفس" وأن هذه العلاقة ذات أوجه متنوعة تمتد لتشمل كل عناصر العملية الإعلامية، بدءاً من صانع الرسالة وخصائصه العقلية والشخصية، مروراً بخصائص الرسالة الإعلامية، وإنطلاقاً إلى القناة الحاملة للرسالة، سواء كانتا قناة مصنوعة أو كانت بشرياً أو ما يصدر عنه من نشاط، وانتهاءً بالمتلقى المستهدف بالعملية الإعلامية من حيث كونه شخصاً له خصائص وسمات وارتباطات معينة توضع فى الاعتبار عند صنع وتوجيه الرسالة.

ما يميز علم *النفس* الإعلامي عن غيره من فروع علم *النفس*

لعله مما يجعل علم النفس الإعلامى Media Psychology مميزاً عن غيره من فروع علم النفس الأخرى، وغير تقليدى فى مداخله وموضوعاته، ومناهجه، وأساليبه مقارنة بالفروع الأخرى، هو أنه نشأ فى غير رحم المدرسة النفسية، وترعرع فى غير محيطها، إذ تم أخذ البذرة من المدرسة النفسية، وتم غرسها وتنميتها فى إطار الدراسات الإعلامية، وهى حالة لم تتوافر لأى فرع آخر.

ففى الولايات المتحدة، على سبيل المثال، لا تجد فى أى من جامعاتها، التى تقدم علم النفس، مقرراً عنوانه "علم النفس الإعلامى" داخل مناهجها، ولا تجد ذكراً لهذا المجال فى أى منهج حول علم النفس، الأمر نفسه فى أوروبا، التى عادة ما يتم دراسة الإعلام داخل نطاق الدراسات الثقافية Cultural Studies، ومن ثم فإنه من النادر أن تجد علماء نفس فى هذه الأقسام.

وإذا كان صحيحاً أن معظم الباحثين الذى كتبوا فى هذا العلم، وأضافوا إليه، ذوو خلفيات أكاديمية نفسية، لكنهم بمجرد اختيار الموضوع انصهروا فى بوتقة الدراسات الإعلامية وفى أقسامها، وهجروا أقسام علم النفس ومدارسه. كما أن كثيراً من الباحثين الإعلاميين قد تناولوا أبعاداً نفسية عديدة فى دراساتهم التى نُشرت فى مجلات ودوريات علمية متخصصة فى الدراسات الإعلامية مثل Journal of Communication و Journal of Broadcasting and Electronic Media وPublic Opinion Quarterly وغيرها.

وما يثير الدهشة، أنه على الرغم، كذلك، من اتساع مظلة علم النفس فى السنوات الأخيرة، وتعدد مجالاته وشعبه، فإنه لم يقم أى مجال تطبيقى من مجالات علم النفس بإدراج علم النفس الإعلامى تحت مظلته، حتى إن المجال الأقرب إليه فى أوروبا، على سبيل المثال، وهو علم النفس الثقافى Cross Cultural psychology نجد أن معظم دراساته تستمد مادتها من ثقافة ما قبل وسائل الإعلام، ويتم تطبيق هذه الدراسات على جماعات لا تعرف وسائل الإعلام بمفهومها العصرى Pre Media، وأى نظرية من نظريات هذا المجال لا تلقى بالاً بعلم النفس الإعلامى.

أسباب عزوف علماء النفس عن دراسة الظاهرة الإعلامية:

توجد عدة أسباب يمكن فى ضوئها تفسير نشأة علم النفس الإعلامى خارج إطار المدرسة النفسية، وقلة عدد علماء النفس المشتغلين بالظاهرة الإعلامية وتأثيراتها. يمكن الإشارة إلى بعضها، كما أوردها ديفيد جيلز Giles فى كتابه القيم "علم النفس الإعلامى" (٢٠٠٣)، وذلك على النحو التالى:-

١- تخوف باحثى علم النفس ودارسيه من البروز التاريخى لثقافة وسائل الإعلام Historical permanance of Media culture، وبالتالى فقد توجد صعوبة كبيرة فى الفصل بين ما هو تاريخى وما هو واقعى فى دراسة الظاهرة النفسية.

٢- الاعتقاد المسيطر لدى كثير من علماء النفس ودارسيه من أن معظم ما يقدم فى وسائل الإعلام لاسيما التليفزيون هى أشياء تافهة Trivia أو مخلفات وزبالة Junk لا يجوز دراستها، ولا تستحق الاهتمام الأكاديمى أو البحثى بها.

٣- النظرة الفوقية لباحثى علم النفس واتجاهاتهم السلبية Negative attitudes نحو الدراسات الإعلامية، واعتقادهم فى كونها أقل درجة، أكاديمياً، من الدراسات النفسية، ومن ثم لا يجب الانشغال بها.

٤- خروج الأكاديميين من أقسام علم النفس إلى أقسام الإعلام والاتصال فى الجامعات الأمريكية أعطى لباحثى علم النفس عذراً مقبولاً لتجاهل الميديا

ودراساتها، إذ طالما يوجد باحثون فى علم النفس الإعلامى فلا يوجد مبرر لاهتمام الباحثين فى علم النفس بقضايا وموضوعات تدخل فى نطاق بحث غيرهم.

٥- النظرة السائدة فى الوسط النفسى بصفة عامة والتى تميل إلى اعتبار علم النفس الإعلامى مجرد تطبيق وممارسة Practice أكثر منه مجال أكاديمى للبحث والدراسة. وما يؤكد ذلك، ان الرابطة الأمريكية لعلم النفس American Psycholoical Association (APA) والتى جعلت القسم رقم (٤٦) هو قسم الدراسات الإعلامية، قامت بإصدار كتابين الأول عنوانه "مداخل بحثية لعلم النفس والميديا" (١٩٩٧) perspectives on psychology and the Media والثانى عنوانه "علم النفس ووسائل الاتصال: نظرة ثانية" (١٩٩٩) Psychology and the Media: A secand Look

وكلا الكتابين لا يثيران قضايا فكرية مرتبطة بهذا المجال، ولا يناقشان أطروحات أو أفكار بحثية فيه، وإنما يقدمان قواعد وإرشادات ودليل لعلماء النفس الذين يظهرون فى وسائل الإعلام، كيف يبدأون حديثهم، كيف يجذبون الاهتمام إليهم، كيف يجيبون على الأسئلة الموجهة لهم! وكأن هذين الكتابين كانا تطويراً للدليل الذى أصدرته الرابطة (APA) عام ١٩٩٦ وعنوانه "دليل علماء النفس للتعامل مع وسائل الإعلام الإخبارية Draft Guide lines for Psychologists Working with the News Media.

المحور الثالث: مراحل تطور علم النفس الإعلامى

من خلال تتبع التطورات التى طرأت على الدراسات الإعلامية النفسية، والتغيرات التى لحقت بهذه الدراسات، يمكن لنا القول إن علم النفس الإعلامى قد مرَّ بأربع مراحل رئيسية، لكل مرحلة منها حدودها الفاصلة وسماتها الخاصة بها والمميزة لها. وقبل عرض هذه المراحل الأربعة ينبغى الإشارة إلى عدة ملاحظات أساسية:-

أولاً: أنه لا يوجد نقاط زمنية محددة وفاصلة يمكن القول عندها لقد انتهت مرحلة من المراحل الأربعة فى هذه السنة، وبدأت مرحلة أخرى، فالبدايات والنهايات متداخلة للغاية ومستمرة، فوجود مرحلة جديدة لا يعنى انتهاء المرحلة التى تسبقها وإنما يعنى سيادتها وبروزها النسبى، واختفاء الأخرى واحتجابها الجزئى. ولذلك، وفى ضوء ذلك، فليس غريباً أن نجد دراسة تجرى حالياً بمفهوم وأفكار المرحلة الأولى، ولا أن نجد دراسة فى المرحلة الأولى تكاد تستشرف أفكار المرحلة الرابعة وهكذا.

ثانياً: إن موضوع علم النفس الإعلامى وقضيته الأساسية منذ بداية هذا العلم ومنذ نشأته هى التأثيرات السلبية لا الإيجابية، المرضية لا الصحية، وهو اتجاه يثير الانتباه لغرابته من ناحية ولاستمراره على مدى المراحل الأربعة لتطور هذا العلم من ناحية أخرى. وإذا كان علم النفس هو علم دراسة النفس البشرية فى حالتى الصحة والمرض، حالة السواء وحالة الشواذ، فإن موضوع علم النفس الإعلامى هو الآثار المرضية والتأثيرات الشاذة.

ثالثاً: على الرغم من ظهور علم النفس الإعلامى ونشأته منذ بداية الدراسات الإعلامية ونشأتها، فإن المصطلح الأكثر شيوعاً للتعبير عن موضوع هذا العلم كان مصطلح "التأثيرات" Effects والذى كان مرادفاً مختصراً لكلمة الآثار النفسية للميديا. ولذلك فلا يجب علينا التعجب إن لم نجد ذكراً لكلمة علم النفس الإعلامى فى مرحلة معينة، ولا يجب علينا الاندهاش إن وجدنا مصطلح التأثيرات بارزاً فى كل هذه المراحل، فهما مترادفان وإن لم تتم الإشارة بشكل صريح إلى ذلك.

المرحلة الأولى: مرحلة البزوغ والظهور (١٩٣٠-١٩٥٠)

خلال هذه المرحلة، ظهرت ثلاثة كتب ودراسة كان لها أثرها وتأثيرها ليس فقط على علم النفس الإعلامى وإنما على تطور الدراسات الإعلامية ذاتها. وعلى الرغم من مرور ما يزيد على تسعة عقود على بعضها فمازالت تعتبر أساساً للدراسات الحديثة. أول هذه الكتب هو الكتاب الذى ألفه الصحفى الأمريكى والتر ليبمان (١٩٢٢) وعنوانه **"الرأى العام"** والذى ألقى فيه الضوء على مفهوم الصور النمطية

Stereotypes وكيفية تأثيرها على سلوكيات البشر وأفعالهم، مركزاً على دور وسائل الإعلام (الصحافة والإذاعة حينذاك) فى تكوين هذه الصور، مشيراً إلى تأثيراتها السلبية على الفكر وعلى السلوك.

وعلى الرغم من أهمية هذا الكتاب بالنسبة للدراسات الإعلامية ككل ولعلم النفس الإعلامى بشكل خاص، فإن كثيراً من الباحثين يشيرون إلى أن الكتاب الأساسى فى هذا المجال، والذى يمكن اعتباره اللبنة الأولى هو كتاب **"سيكولوجية الراديو The psychology of Radio"** لكل من البورت Allport وكانتريل Cantril (١٩٣٥) وكلاهما من أشهر علماء النفس حينذاك. ويركز هذا الكتاب على التأثيرات النفسية للراديو باعتباره أهم وسيلة اتصالية فى ذاك الوقت، وعن دور الراديو فى عملية "غسيل الأدمغة "Brain Washing" وفى الدعاية السياسية، وما يمكن أن تمثله من خطر على مستمعيها فى إطار الحرب الدعائية بين الحربين الأولى والثانية.

ثالث هذه الكتب هو كتاب **"غزو من المريخ: دراسة لسيكولوجية الأمم"** (١٩٣٨) The Invasion from Mars: A study in the psychology of Nations لكل من كانتريل Cantril وجوديت Gaudet وهيرتزروج Hertzog. وقد تناول الكتاب حالة الهيستريا الجماعية والعامة التى سيطرت على المجتمع الأمريكى فى احدى ليالى سنة ١٩٣٨، وذلك فى أعقاب إذاعة برنامج "غزو من المريخ Invasion from Mars" لأرسون ويلز وهو برنامج درامى صيغ فى قالب إخبارى يتناول قصة هبوط كائنات من المريخ على سطح الأرض وقيامهم بتدمير بعض الولايات الأمريكية، وقد أحدث البرنامج رعباً شديداً فى المجتمع الأمريكى ودفع عدد كبير من الناس إلى الانتحار أو الهرب إلى الشوارع.

أما الدراسة فكانت لهيرتزوج وزملائها (١٩٤٩) وعنوانها **"دوافع استماع المرأة إلى الراديو"** وتمثل البداية الحقيقية لمدخل الاستخدامات والاشباعات بأبعاده ومتغيراته النفسية والاجتماعية.

ولا شك أن هذه الكتب الثلاث، إضافة إلى الدراسة، قد شكلت أهم المعالم الرئيسية لهذا العلم الوليد، وساعدت على تشكيل ملامحه.

وخلال هذه الفترة سيطرت فكرة قوية مؤداها أن تأثيرات وسائل الإعلام بصفة عامة وتأثيراتها النفسية بصفة خاصة قوية للغاية وأنها "قادرة على تحديد الفكر ودفع الأفراد إلى التصرف وفقاً لأسلوب معين تسعى إلى تحقيقه.. وقد ساد الاعتقاد فى العشرينيات والثلاثينات (ولفترة بعدهما) من القرن العشرين، بأن للراديو تأثيراً قوياً على مستمعيه، وان الإعلانات فى وسائل الإعلام الأمريكية أصبحت عاملاً أساسياً فى تشكيل أسلوب الحياة الأمريكية".

واتساقاً مع هذه الفكرة سيطرت نماذج التأثير النفسى القوى لوسائل الإعلام وأشهر هذه النماذج هو نظرية الحقنة تحت الجلد Hypodermic Needle Theory أو التأثير الفورى لوسائل الإعلام والتى أشار إليها هارولد لازويل (١٩٣٥) وأتبعه باحثون عديدون فى هذه الفترة.

المرحلة الثانية: مرحلة التكوين والتأصيل (١٩٥٠-١٩٧٠)

شهدت هذه المرحلة عدة ظواهر بحثية ميزتها عن المرحلة التى سبقتها، وجعلت لها خصوصية مميزة فى إطار تطور علم النفس الإعلامى، ولعلّ من أبرزها:-

١- التحول إلى دراسة التأثيرات قصيرة المدى Short-term Responses بحيث ساد اعتقاد معاكس لذلك الذى ساد فى المرحلة السابقة، فتأثيرات وسائل الإعلام ليست قوية بالدرجة التى كان الباحثون يعتقدون فيها، وليست مستمرة وطويلة المدى كما كانوا يتصورون، وإنما هى فى غايتها، وفى أقصى درجاتها، تأثيرات محدودة وقصيرة المدى. بل إن هناك من الباحثين من أشار إلى عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام على الإطلاق، وأن التأثيرات تعتمد على الفروق الفردية للمبحوثين أكثر من خصائص الوسيلة وقوة مضامينها.

٢- على أن هذا الاتجاه سرعان ما بدأ يتلاشى فى الستينات من القرن العشرين، حيث ظهرت حركات عنيفة مكثفة فى الولايات المتحدة خاصة بين الشباب ولدى المراهقين، وتجلت الحركات العدوانية والتصرفات العدائية فى كثير من الأحداث فى هذه الفترة. وبدأت أصابع الاتهام تعود من جديد لتشير إلى وسائل الإعلام، لاسيما التليفزيون. وخلال هذه الفترة بدأت

دراسات العنف التليفزيونى وتأثيراته على الأطفال والمراهقين وظهرت دراسات باندورا Bandora وزملاؤه وتلاميذه، والتى أسست لعدة نظريات هى نظريات التعلم الاجتماعى Social Learning Theories، ونظرية النموذج Modeling Thoery، ونظرية التوحد الاجتماعى Social Identification وغيرها من النظريات التى ربطت بين العنف والميول العدوانية لدى الأطفال والشباب من ناحية والتليفزيون ووسائل الإعلام من ناحية أخرى.

٣- الظاهرة الثالثة التى شهدتها هذه الفترة والتى أثرت على مجمل الدراسات المتعلقة بعلم النفس الإعلامى، كانت ظهور النظريات المعرفية Cognitive Theories وانتشارها فى المجالات النفسية والاجتماعية بل وسيطرتها على مجمل التوجهات البحثية. وخلال هذه الفترة تركزت الدراسات على الآليات العقلية والفكرية التى يتم من خلالها فهم واستيعاب المضامين الإعلامية، واستدخالها إلى العقل البشرى. ومن ثم ظهرت نظريات تمثيل المعلومات Information Processing Theories، والخطة التصورية Schema Theory وغيرها.

المرحلة الثالثة: مرحلة الازدهار والانتشار (١٩٧٠-١٩٩٠)

تعتبر هذه المرحلة هى أعمق الفترات التى شهدها تطور علم النفس الإعلامى وأغزرها إنتاجاً، وأكثرها تنوعاً فى المداخل والأساليب والأدوات المستخدمة. وظهرت فى هذه الفترة عدة نظريات كانت من الشيوع والشهرة بحيث أصبحت مجالات بحثية ومظلات فكرية تدور حولها كثير من الكتب والدوريات.

وبدلاً من الاهتمام فقط بالتأثيرات النفسية (القصيرة والطويلة) لوسائل الإعلام على مستهلكيها، باعتبارها الغاية النهائية والكبرى للدراسات، بدأ الاهتمام وبتركيز شديد على المتغيرات والعوامل النفسية السابقة على عملية التعرض لوسائل الإعلام، وعلى السمات الشخصية وعلاقتها بأنماط التعرض. كذلك بدأ الاهتمام بالعمليات النفسية المصاحبة للتعرض لوسائل الإعلام والمتداخلة مع هذه العملية. كذلك بدأت

بعض الدراسات فى الاهتمام بالأنشطة النفسية المتزامنة مع عملية التعرض والتأثر Para Psychology.

وخلال هذه الفترة سادت عدة نظريات أبرزها:

- نظرية الغرس الثقافى Cultivation Theory وصاحبها جورج جوبنر وزملاؤه والتى تشير إلى أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين التعرض للتليفزيون وحدوث تأثيرات الغرس المتمثلة فى الاغتراب النفسى عن المجتمع، والشعور بالقلق، وعدم الثقة بالناس، والشعور بالعجز، إضافة إلى انتشار الميول العدوانية والعدائية لدى المشاهدين.
- نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification الذى أسسها كاتز Katz وزملاؤه، و"يضفى هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام، فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبين لرسائل الاتصال الجماهيرى، وإنما يختار الأفراد بوعى وسائل الاتصال التى يرغبون فى التعرض إليها، ونوع المضمون الذى يلبى حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.
- نظرية الاعتماد Dependancy Theory وصاحبها ميلفين ديفلير Defleur وتشير إلى أن الأفراد "مثل النظم الاجتماعية، يقيمون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام، لأن الأفراد توجههم الأهداف، وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام، ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق أهدافاً عديدة منها معرفة الذات، والتوجيه، والراحة، والاستثارة، والاسترخاء وغيرها.

وتتصور نظرية الاعتماد الفردى على وسائل الإعلام عملية نفسية إدراكية تزيد من احتمالات

المرحلة الرابعة. مرحلة إعادة التفكير فى الأصول (١٩٩٠ -   )

وتتميز هذه المرحلة بعدة سمات:

١- الميل إلى إعادة النظر فى الأصول والأسس النظرية لكثير من النظريات الإعلامية وذلك وصولاً إلى أسسها النفسية والاجتماعية. فعلى سبيل المثال وفى إطار نظرية الغرس بدأ الاهتمام بالنماذج النفسية والمعرفية المهيئة لعملية الغرس والدافعة إليها، ومن ذلك نموذج العمليات العقلية لشروم Shrom والذى يتناول كيفية حدوث الغرس من الناحية النفسية المعرفية، وكذلك نموذج هوكنيز وبنجرى Hawkins & Pingree لكيفية حدوث الغرس. وفى إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات ظهرت نماذج كثيرة تحاول الوقوف بدقة على نوعية الدوافع والإشباعات المؤدية للتعرض والمتحققة منها.

٢- ظهور المداخل التوفيقية والتكاملية فى دراسة التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام. فعلى سبيل المثال حدث تداخل وتكامل بين نظريتى الغرس والاستخدامات والإشباعات وظهرت نظرية الاستخدامات والتأثيرات Uses and Effects Theory، وداخل نظرية الاعتماد بدأت الإشارة إلى التكامل بين الأبعاد المعرفية والنفسية والسلوكية، كذلك فقد أعيد دراسة نظريات مثل التوقعات الاجتماعية Social Expectations Theory، ونظرية التوقع – القيمة Expectancy – Value Theory وغيرها.

٣- ظهور نظريات تهتم بسيكولوجية الرأى العام بعيداً عن نماذج التأثيرات المألوفة، ومن هذه النظريات نظرية تأثير الشخص الثالث Third Person Effect ونظريات الجهل الجمعى Pluralistic Ignorance ونظرية دوامة الصمت Spiral of Silence، وغيرها.

خاتمة الدراسة:

يعتبر علم النفس الإعلامى من فروع علم النفس الحديثة التى لم تنل حتى الآن الاهتمام الكافى من الباحثين فى كل من علمى النفس والإعلام، فالباحثون فى علم النفس يعتبرونه علماً ولد فى غير رحم الدراسات النفسية، ومن ثم فالباحثون الإعلاميون أولى به، والباحثون فى الإعلام يرون أنه إلى علم النفس أقرب، وأنه يحتاج إلى معرفة قوية بعلم النفس وهو ما لا يتوافر لكثير منهم. ولعلّ النظرة

التوافقية هى ما يحتاجه علم النفس الإعلامى كعلم بينى قادر على سد الفجوة القائمة بين وسائل الإعلام وتأثيراتها.

ولقد حاولنا فى هذه الدراسة إلقاء الضوء على المعالم الرئيسية لهذا العلم، وعلى المفاهيم الأساسية المرتبطة به والمتعلقة بموضوعاته، كما تم تحديد موقعه على خريطة الدراسات النفسية. إضافة إلى ذلك فقد حاولنا وفق رؤيتنا لتطور دراسات هذا العلم أن نقف على المراحل الأساسية لتطور هذا العلم، والسمات الأساسية لكل مرحلة.

بقى أن نشير إلى المرحلة الحالية التى يعيشها علم النفس الإعلامى أو يمر بها هى من الزخم والعمق بحيث لا يمكن عرض مخرجاتها فى صفحات معدودات، ولذلك فضلنا أن نخصص فصلاً كاملاً لها (الفصل التالى).

مراجع الفصل الأول

- أحمد عزت راجح (١٩٩٩). **أصول علم النفس**. القاهرة، دار المعارف.
- أحمد محمد عبد الخالق (٢٠٠٢). **أسس علم النفس**، القاهرة، دار المعرفة الاجتماعية.
- جيهان رشتى (١٩٩٣). **الأسس العلمية لنظريات الاتصال**. القاهرة، دار النهضة العربية.
- حسن عماد مكاوى، ليلى حسين (٢٠٠٢). **الاتصال ونظرياته المعاصرة**. القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- سهير كامل. (١٩٩٣). مدخل إلى علم النفس. القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.
- عبد المجيد نشواتى (١٩٩١). **علم النفس التربوى**. بيروت، مؤسسة الرسالة.
- فرج عبد القادر طه، (١٩٩٩). **أصول علم النفس الحديث**. القاهرة، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية.
- فوزى محمد جبل. (٢٠٠١). **علم النفس العام**. القاهرة، المكتب الجامعى الحديث.
- قدرى حفنى، العارف بالله الغندور (٢٠٠٠). **موضوعات فى علم النفس الإعلامى**. القاهرة، جامعة عين شمس.
- مصطفى سويف (٢٠٠٠). علم النفس، **فلسفته وحاضره ومستقبله ككيان اجتماعى**. القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- David Giles (2003). **Media Psychology**, New Jersey, Lawrence Publishers.
- Goerge Miller (1979). **Psychology and Communication**. London. Forum Series.

- John Condry (1989). **The Psychology of Television**. London, Lawrence Associates.
- Lita Linzer Schwartz. (1999). **Psychology and the Media. A second Look**. American Psychological Association. Washington.

الفصل الثانى

الاتجاهات الحديثة في الدراسات البينية

في مجال علم النفس الإعلامى

الفصل الثانى

الاتجاهات الحديثة في الدراسات البينية
في مجال علم النفس الإعلامى

مقـدمة:

يعتبر علم النفس الإعلامى من المجالات البينية التى استحوذت على اهتمـام الباحثين الإعلاميين منذ البدايات الأولى للدراسات الإعلامية وحتـى الآن. وعلـى الرغم من ظهور ووجود مجالات بحثية بيئية أخرى للدراسات الإعلامية (الإعـلام السياسى، الاجتماع الإعلامى، اقتصاديات الإعلام والإعلان...) فإن دراسات علـم النفس الإعلامى بكثرتها العددية وتعدد أطرها النظرية وتنوع مناهجهـا وأدواتهـا البحثية إضافة إلى وجود قدر كبير من الموضوعات والقضايا المشتركة بين علمى النفس والإعلام، واعتبار الفرد هو محور التركيز والاهتمام فيهما، قد جعلت هـذا المجال البحثى أكثر بروزاً من المجالات الأخرى وأكثر أهمية منها.

ويشير بعض الباحثين إلى أن هناك "علاقة تلازمية بين الإعلام وعلم الـنفس" (Basil, M. 2000: 1)، وأن هذه العلاقة "ذات أوجه متنوعة تمتد لتشمل كل عناصر العملية الإعلامية، بداية من صانع الرسالة وخصائصه العقلية والشخصية، مـروراً بخصائص الرسالة الإعلامية، وانطلاقاً إلى القناة الحاملة للرسالة، سواء كانت قناة مصنوعة أو كانت كائناً بشرياً أو ما يصدر عنه مـن نشـاط، وانتهـاء بـالمتلقى المستهدف بالعملية الإعلامية من حيث كونـه شخصـاً لـه خصـائص وسـمات وارتباطات معينة توضع فى الاعتبار عند صنع وتوجيه الرسالة. (مصرى حمورة ١٩٩٧:٢١٩).

ويتركز اهتمام الباحثين فى مجال علم النفس الإعلامى فى "تطبيـق مبـادئ وقوانين علم النفس فى إعداد الرسالة الإعلامية وتقديمها بما يتناسب مـع طبيعـة المُستَقبِل لها... وذلك بهدف التأثير فيه ومساعدته فى الوقت ذاتـه علـى تطـوير سلوكه وتغيير اتجاهاته وحل مشكلاته بما يتلاءم مع أهـداف المجتمـع الراهنـة وتطلعاته المستقبلية" (قدرى حفنى، العارف بالله الغندور ١٥:٢٠٠٠). وبمعنى آخر

يهتم هذا العلم "بتطبيق النظريات النفسية المتعلقة بالعمليات العقلية والسلوكية لدى البشر فى دراسة وسائل الإعلام". (Basil, M. 2000: 1)

وتهدف الدراسة الحالية إلى رصد الاتجاهات العامة الحديثة المتعلقة باستخدام النظريات النفسية فى مجال التليفزيون وتحليل منطلقاتها النظرية وأسسها الفكرية وتوجهاتها الإمبيريقية وصولاً إلى تقديم رؤية موضوعية نقدية لهذه الاتجاهات. وتحديداً تهدف الدراسة الحالية إلى الإجابة عن الأسئلة التالية:-

١- ما هى الاتجاهات النظرية الحديثة فى دراسات علم النفس الإعلامى؟

٢- ما هى الاتجاهات الامبيريقية الحديثة فى دراسات علم النفس الإعلامى؟

٣- ما هى الاتجاهات النظرية والإمبيريقية للدراسات العربية فى مجال علم النفس الإعلامى ؟

٤- ما هى أوجه التشابه والاختلاف بين الاتجاهات النظرية والإمبيريقية للدراسات العربية والأجنبية فى مجال علم النفس الإعلامى ؟

وتعتمد الدراسة الحالية على المنهج المسحى **Survey Method** فى مسح أدبيات علم النفس الإعلامى سواء منها الدراسات العربية أو الغربية.

ويتحدد **الإطار الزمنى** للدراسة بفترة التسعينيات (١٩٩٠-٢٠٠٠) وهى فترة كافية تسمح بالحصول على قدر معقول من الدراسات التى يمكن من خلال تحليلها الخروج برؤية واضحة للاتجاهات الحديثة فى مجال علم النفس الإعلامى.

أما **الإطار الموضوعى** للدراسة فيتحدد بالإنتاج العلمى المنشور فى المجلات والدوريات العلمية المحكمة الصادرة باللغتين العربية والإنجليزية، وكذلك الأوراق البحثية المقدمة إلى المؤتمرات العلمية، ورسائل الماجستير والدكتوراه المنشورة وغير المنشورة، إضافة إلى الدراسات الموجودة على قواعد البيانات **Data Baises** أو الموجودة على الإنترنت وتتعلق بموضوع الدراسة. وقد حصلت الباحثة على الدراسات والبحوث والتقارير المتعلقة بدراستها من ثلاثة مصادر أساسية:

١. المكتبات (مكتبة كلية الإعلام – جامعة القاهرة، المكتبة المركزية بجامعة عين شمس، مكتبة الجامعة الأمريكية، مكتبة المركز الثقافى الأمريكى، مكتبة

المجلس الثقافى البريطانى، مكتبة أكاديمية البحث العلمى، مكتبة المجلس الأعلى للصحافة، مكتبة جامعة ٦ أكتوبر، مكتبة الأكاديمية الطبية).

٢. قواعد البيانات: تم مسح جميع الدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة (خلال فترة التسعينيات) فى عدد من قواعد البيانات مثل: Dissertation Abstracts, Psyclit, Eric.

٣. شبكة الإنترنت حيث تم البحث فى بعض المواقع التى تهتم بالدراسات الإعلامية والنفسية ومن ذلك المواقع التالية:-

http://www.du.edu/~mbasil/theories.html

http://www.netreach.net/~kaufman/reading.

http://www.theor/.org.uk./effects.htm

http://www.rtuf.unt.edu/people/craig/imagbibl.htm

وقد بلغ عدد الكتب والدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة والتى تسنى للباحثة الحصول عليها (١٦٤) منها (٤٥) باللغة العربية و (١١٩) باللغة الإنجليزية.

اعتبارات منهجية وإجرائية:

يوجد اعتباران أساسيان يجب الإشارة إليهما والإحاطة بهما قبل عرض مخرجات ونتائج هذه الدراسة. وهذان الاعتباران يمكن اعتبارهما حدوداً لهذه الدراسة ومحددات لطريقة معالجتها:-

١. يتضمن عنوان الدراسة بشكله الحالى عدداً كبيراً من التوجهات النظرية والاتجاهات البحثية التى تندرج تحته ويمكن اعتبارها داخلة فى نطاقه:

- فكل الدراسات التى تقيس التأثيرات الناتجة عن وسائل الإعلام تدخل فى نطاق هذه الدراسة.
- وكل الدراسات التى تتناول أساليب الإقناع ومدى فاعليتها تدخل فى نطاق هذه الدراسة.

- وكل الدراسات التى تتناول دور وسائل الإعلام فى تشكيل الاتجاهات أو فى تغييرها تدخل فى نطاق هذه الدراسة.
- وكل الدراسات التي تتناول دوافع الأفراد للتعرض لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة لهم تدخل فى نطاق هذه الدراسة.

على أن إجراء دراسة تتضمن كل هذه الدراسات والموضوعات من الصعوبة بمكان، لذا فقد كان من الضرورى وضع حد أو إطار موضوعى لهذه الدراسة، وقد تمثل هذا الإطار فى دراسة العمليات والمتغيرات النفسية السابقة على عملية التعرض بوسائل الإعلام أو المتزامنة معها وكذا العمليات والمتغيرات النفسية الناتجة عن هذه القضية.

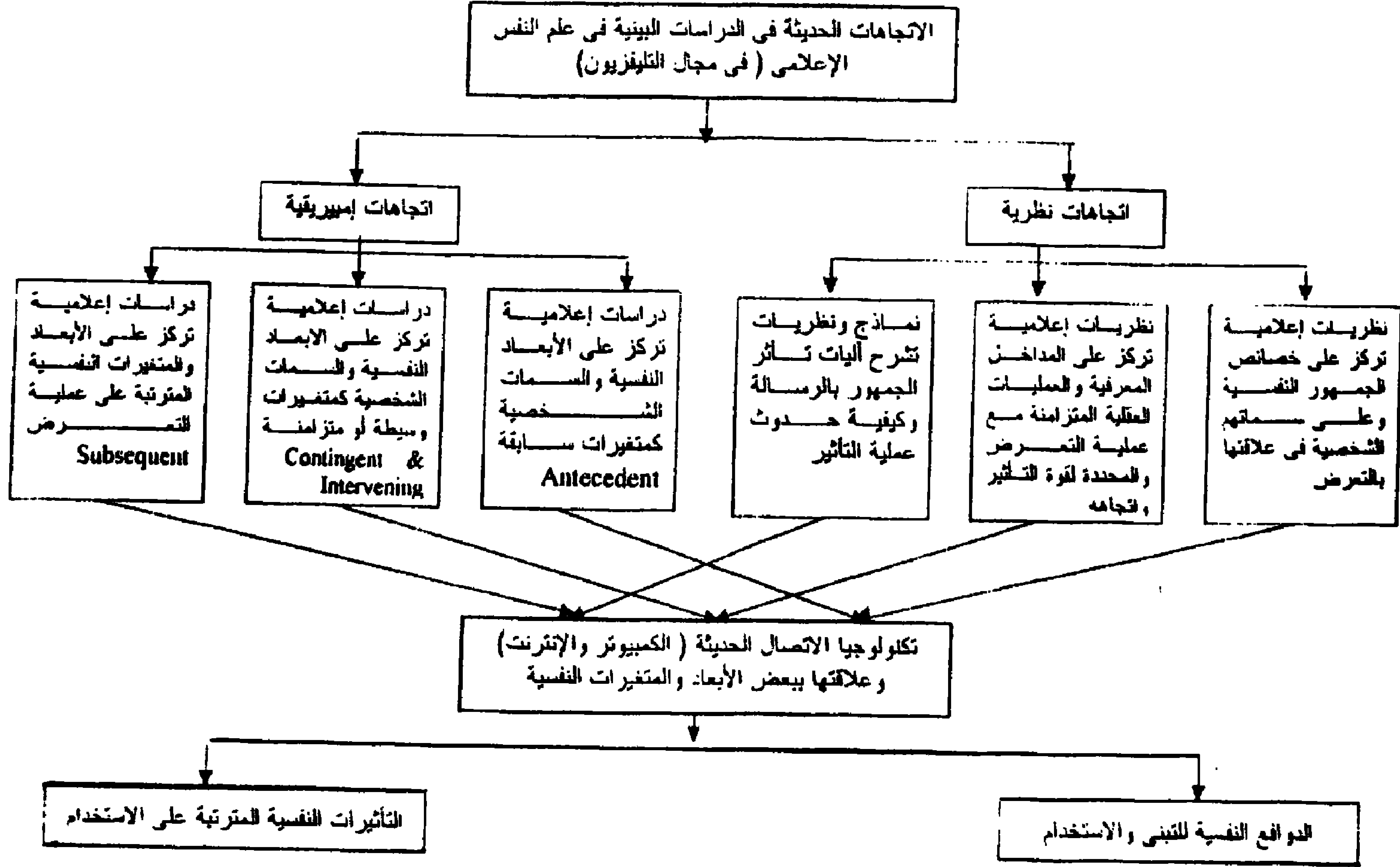
٢. يتضمن عنوان الدراسة بشكله الحالى دراسة الاتجاهات الحديثة فى علم النفس الإعلامى فى مجالات التليفزيون والصحافة والعلاقات العامة والإعلان، ولما كانت دراسة الاتجاهات الحديثة تتطلب أن يكون الباحث ملماً بالموقف الراهن لموضوع دراسته من ناحية وقادراً على استنباط واستكشاف الاتجاهات الحديثة من ناحية أخرى، فإن تخصص الباحثة فى مجال التليفزيون، وعدم إلمامها – بالقدر الكافى – بالموقف الراهن فى المجالين الأخريين يجعل من قصر التطبيق على المجال الأول ضرورة موضوعية ومنهجية.

تقسيم *الدراسة*:

من خلال مراجعة الدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة أمكن للباحثة وضع التصور والتقسيم التاليين للموقف الراهن للاتجاهات الحديثة فى مجال علم النفس الإعلامى (بالتطبيق على مجال التليفزيون)، وهو التصور (التقسيم) الذى يوضحه الشكل التالى:–

شكل رقم (١)

الاتجاهات الحديثة فى الدراسات البينية فى مجال علم النفس الإعلامى



ومن الشكل السابق يتضح لنا أن هناك أربعة محاور أساسية يندرج تحتها عدد من الاتجاهات النظرية والإمبريقية وذلك على النحو التالى:-

المحور الأول: اتجاهات نظرية وإمبيريقية تركز على الأبعاد النفسية كمتغيرات سابقة لعملية التعرض لوسائل الإعلام تحدد أنماطها وتأثيراتها.

المحور الثانى: اتجاهات نظرية وإمبيريقية تركز على العمليات النفسية التى تتوسط عمليتى التعرض (كمتغير مستقل) والتأثير (كمتغير تابع) وتتزامن معهما.

المحور الثالث: اتجاهات نظرية وإمبيريقية تركز على المتغيرات النفسية كمتغيرات تابعة ناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام.

المحور الرابع: اتجاهات نظرية وإمبيريقية تركز على البيئية الاتصالية الجديدة وتكنولوجيا الاتصال الحديثة وعلاقتها بالمتغيرات النفسية.

وبالإضافة إلى هذه المحاور الأربعة يوجد

المحور الخامس: ويتعلق بدراسة الاتجاهات النظرية والإمبيريقية للدراسات العربية فى مجال علم النفس الإعلامى.

ويمكن تفصيل ذلك على النحو التالى:

المحور الأول: *الأبعاد النفسية كمتغيرات سابقة لعملية التعرض للتليفزيون:*

أولا: الاتجاهات النظرية:

يقوم هذا الاتجاه على دراسة الأفراد فى علاقتهم بوسائل الإعلام، لا بوصفهم أفراداً سلبيين **Passive Audience** يتأثرون بما يقدم لهم من مضمون فى وسائل الإعلام ولكن بوصفهم مشاركين إيجابيين **Active Communicator** فى عملية الاتصال، فهؤلاء الأفراد يشعرون بحاجات معينة **Needs** وتحركهم دوافع مختلفة **Motivations** ويهدفون إلى تحقيق إشباعات معينة **Gratification** ومن ثم فإن هؤلاء الأفراد، فى سلوكهم الاتصالى، يختارون عن وعى وإدراك الوسائل والمضامين التى تشبع احتياجاتهم النفسية.

وتوجد عدة مداخل نظرية تندرج تحت هذا الإطار:

١- مدخل الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratifications Approach

يمثل مدخل الاستخدامات تحولاً في الرؤية Shift of Focus في مجال الدراسات الإعلامية، إذ حول الانتباه من القائم بالاتصال وأهدافه إلى المستقبل واحتياجاته، وبدلاً من البحث عما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور أصبح البحث عما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام ورسائلها. (Severin, W. & Tankard, J. 1997: 329).

ويهتم مدخل الاستخدامات والإشباعات بشكل أساسي بكل من عمليات الاختيار Selectivity والإدراك Perception والاستجابة Response التي يقوم بها الجمهور النشط الذي يستطيع أن يعرض نفسه لوسائل الإعلام وفقاً لدوافعه ولاحتياجاته النفسية والاجتماعية (Jones, M. & Jones, E. 1999: 162).

ويشير ماكويل Mcquail (١٩٩٤) إلى أن هناك احتياجات نفسية واجتماعية تؤثر على طريقة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وعلى معتقداتهم وتوقعاتهم حول النتائج التي من الممكن أن تحققها لهم هذه الوسائل، وهذا من شأنه التأثير في طريقة اختيارهم للوسائل والمضامين بحيث يتم اختيار وانتقاء الأكثر قدرة على إشباع احتياجاتهم النفسية، وإلا فإن الجمهور قد ينصرف إلى وسائل أخرى أكثر إشباعاً لهذه الاحتياجات (Mcquail, D. 1994: 319).

بالإضافة إلى هذا يشير بعض الباحثين إلى أنه عندما يصعب تحقيق حاجات الأفراد في الواقع الفعلي فإن هؤلاء الأفراد يتحولون إلى وسائل الإعلام بهدف تحقيق هذه الحاجات ولو على المستوى الخيالي، وفي هذه الحالة تصبح وسائل الإعلام بديلاً للواقع الاجتماعي Surrogate for Social Interactions (Morley, D. 1992: 51-52).

المفاهيم الاساسية فى المدخل:

الدوافع Motivations

يشير مصطلح الدافعية إلى القوة البيولوجية والنفسية التى تستحث الفرد للقيام بنشاط معين لإشباع رغبة محددة، كما أن هذه القوة تستمر فى دفع الفرد وتوجيه سلوكه حتى يشبع هذه الرغبة. وتمثل الدوافع النفسية المحرك الأساسى والأول لكل سلوك يقوم به الإنسان (**فرج عبد القادر طه ٢٠٠٠: ١٢٥**).

وللدوافع ثلاث وظائف رئيسية:-

أ- تحريك وتنشيط السلوك بعد أن يكون فى حالة من الاستقرار أو الاتزان النسبى لإرضاء بعض الحاجات الأساسية.

ب- توجيه السلوك نحو وجهة معينة دون أخرى.

ج- المحافظة على استدامة تنشيط السلوك طالما بقى الإنسان مدفوعاً أو طالما بقيت الحاجة قائمة (**عبد الرحمن عدس، محى الدين توق ١٩٩٨: ٢٢٧-٢٢٨**).

الحاجات Needs:

الحاجة هى افتقار إلى شئ ما إن وجد حقق الإشباع والرضا والارتياح للكائن الحى، والحاجات توجه سلوك الكائن سعياً إلى إشباعها، وتتوقف الكثير من خصائص الشخصية على مدى إشباع تلك الحاجات والتى تنقسم بدورها إلى حاجات بيولوجية ونفسية (**شفيق رضوان ١٩٩٦: ٩٤**).

والمبدأ فى الحاجات أن توجد الحاجة أولا بناء على نقص فى شئ ما مما يؤدى إلى استثارة الواقع، مما يشجع الفرد على القيام بسلوك يحفزه لإشباع تلك الحاجة، وهذا ما يطلق عليه نموذج الحاجة فالدافع فالحافز، **Need-drive-incentive model** (**عبد المنعم الحنفى ١٩٩٥: ٣٩٧-٣٩٨**).

وفى إطار ربط الحاجات بعملية التعرض لوسائل الإعلام فقد خلص الباحثون إلى وجود خمس فئات من الحاجات هى:

١- الحاجات المعرفية.

٢- الحاجات العاطفية.

٣- حاجات التكامل الشخصى.

٤- حاجات التكامل الاجتماعى.

٥- حاجات التخلص من التوتر .(Severin, W. & Tankard, J. 1997: 329)

الإشباعات Gratifications

الإشباع هو إرضاء الحاجة وتحقيق المطلب الذى يلح عليه الدافع، وبالتالى فإن إشباع الدافع يصاحبه إحساس بالمتعة، وإن كان فى نفس الوقت سيؤدى هذا الإشباع إلى زوال الدافع حتى يعود مرة أخرى للإلحاح من جديد.

وقد قسم الباحثون الإشباعات التى يمكن للفرد تحقيقها من خلال التعرض لوسائل الإعلام إلى أربع فئات:-

أ- التحويل **Diversion** (الهروب من المشاكل الروتينية - الراحة العاطفية...).

ب- العلاقات الشخصية **Personal Relationships** (الاستخدام الاجتماعى للمعلومات في المحادثات الصحبة...).

ج- تحديد الهوية الشخصية **Personal Idenity**.

د- مراقبة البيئة **Surveillance** **(Watson, J. 1998: 62-64)**.

٢- نموذج الاستخدامات والتأثيرات Uses and Effects Model

يعتبر هذا النموذج تطويراً لمدخل الاستخدامات والإشباعات، ويقوم النموذج على محاولة الربط بين نظريات التأثير من ناحية وبحوث الاستخدامات والإشباعات من ناحية أخرى، بحيث يستفيد من مزايا كل منهما ويتجنب فى الوقت ذاته نقاط الضعف فى كل منهما، فالحاجات والدوافع قد تعتبر متغيرات سابقة فى بعض الحالات، وقد تكون متغيرات وسيطة بين عملية التعرض والتأثير، وقد تكون متغيرات تابعة فى بعض الحالات، وفى هذا النموذج فإن الحاجة هى مجرد عامل واحد، ضمن عوامل أخرى، تدفع الفرد للتعرض، وهناك عوامل أخرى مثل السمات الشخصية والتوقعات **(Mcquail, D. & Windahl, S. 1994: 237)**.

٣- نظرية القيمة المتوقعة Expectancy- Value Theory

تشير هذه النظرية التى صاغها أجزين وفيشباين **Agzen & Fishbein** إلى أن هناك ثلاثة أنواع من التوقعات التى يبنيها الفرد.

أ- التوقعات الوصفية **Descriptive** والتى تأتى كنتاج للملاحظة المباشرة.

ب- التوقعات المعرفية **Informational** ويتم تشكيلها من مصدر خارجى ومقبول وترتبط بين الموضوعات والخصائص والصفات.

ج- التوقعات الإستنتاجية **Inferential** وهى توقعات حول خصائص أشياء لا يتم ملاحظتها بشكل مباشر.

وتشير هذه النظرية إلى أن كلا من السلوك والنوايا السلوكية والاتجاهات هى وظائف للتوقع. (نتائج مترتبة عليها). وبربط هذه النظرية بمدخل الاستخدامات والإشباعات وجد الباحثون أن اختيار الأفراد لمضمون معين فى وسائل الإعلام أو فى غيرها من الوسائل يكون عادة مبنيا على توقعاتهم وتقييماتهم حول هذا المضمون **(Rayburn, J. 1996: 154)**.

٤- نظريات تباين الحوافز:

يميل أصحاب هذه النظريات إلى تفسير السلوك الاتصالى فى إطار ما يجنيه الفرد أو يخسره من السلوك، وتركز على الخيار العقلى **Rational Choice**، ويرون أن الكل بالنسبة للفرد متساو بطريقة أو بأخرى، ولكن الفرد يعمل إلى الحد الأقصى للكسب والحد الأدنى للخسارة.

وتوجد ثلاثة مداخل لهذه النظريات:-

الأول: يركز على الخيار العقلى، وذلك على فرض أن الفرد يقوم بالسلوك المؤيد بعد حسابات دقيقة.

الثانى: يركز على تلبية الحاجات، وذلك على أساس أن الفرد يعمل ويتصرف تلبية لحاجاته ودوافعه.

الثالث: يركز على منطق القوة وأن الفرد يستجيب لكل القوى الضاغطة عليه سواء كانت من داخل الفرد أو من البيئة المحيطة به.

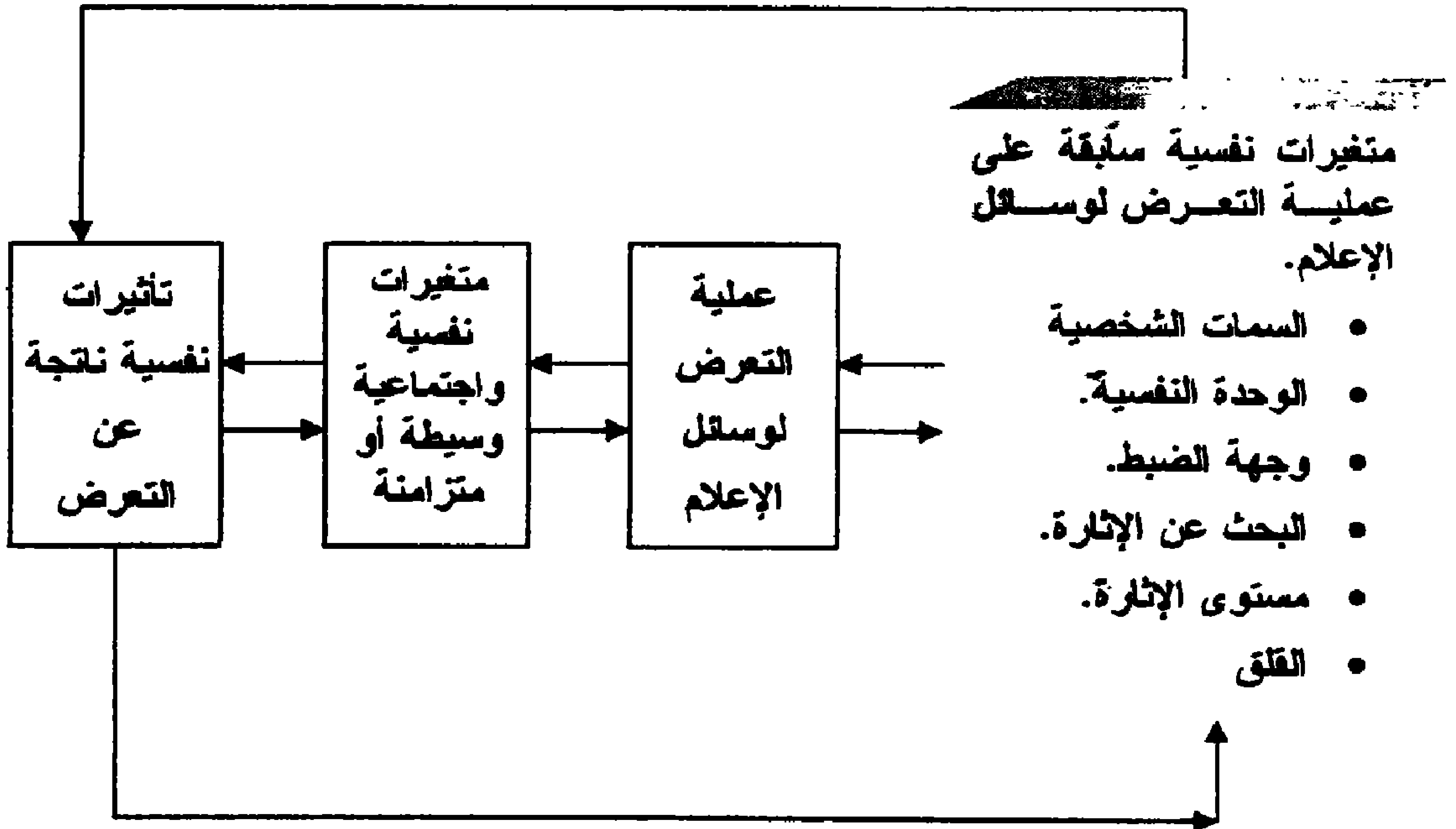
وبصفة عامة فإن هذه النظريات ترتبط إلى حد بعيد بالتفضيل بين مختلف الاستجابات، وتربط أسباب السلوك بالوضع الحالى المحيط بالفرد، وتهتم بالحالة الداخلية أو القوة الداخلية مثل الإدراك والمشاعر السلبية والإيجابية والتوقعات الخاصة ببدائل السلوك، وكذلك المخاوف والآمال، ولذلك تظهر أهمية الخبرات السابقة فى التأثير على هذه الحالة. (**محمد عبد الحميد ١٩٩٧: ١٨٥**).

ثانيا: الاتجاهات الإمبيريقية:

يبين الشكل التالى موقع الدراسات الخاصة بالمحور الأول فى التصور الافتراضى لتأثيرات وسائل الإعلام.

شكل رقم (٢)

الاتجاهات الإمبيريقية فى دراسات المحور الأول



ويمكن عرض أهم الدراسات التى أجريت حول هذا المحور وفق موضوعاتها على النحو التالى:

١- السمات الشخصية Personal Traits

ويمكن تعريف السمات الشخصية بأنها "الفروق النوعية بين الشخصيات والتى على أساسها تتحدد الاستعدادات الخاصة بكل فرد كى يفكر أو يسلك سلوكاً ما بطريقة تختلف عن الآخرين (McGarty, G. & Haslam, A. 1997: 18).

ويشير الباحثون فى علم النفس إلى وجود خمسة مكونات أساسية للشخصية (Five Factor Model) وهى:

أ- الانسجامية Agreeableness

ب- العصابية Neuroticism

ج- الانفتاحية Openness

د- الانبساطية Extraversion

هـ- الضمير الحى Conscientiousness (Fine, S. 1997: 507-509)

وتوجد عدة دراسات تناولت علاقة أنماط الشخصية والسمات الشخصية بالتعرض لوسائل الإعلام:-

ففى الدراسة التى أجراها جيمس شاناهان Shanahan (١٩٩٥) وذلك على عينة حجمها ١١٩٠ من طلاب المدارس الثانوية فى الولايات المتحدة. بهدف اختبار العلاقة بين مستوى التسلطية من ناحية وحجم التعرض للتليفزيون ولنوعيات معينة من المضامين، خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن هناك علاقة ارتباطية بين مستوى التسلطية لدى الفرد Authoritarianism وارتفاع حجم التعرض للتليفزيون وبخاصة لبرامج العنف والمغامرة، وأن هذه العلاقة تزداد شدة لدى الأعلى فى المستوى الاقتصادى (Shanahan, J. 1995: 271-288).

وفى الدراسة التى أجراها ويفر Weaver (١٩٩١) وجد أن الأفراد العصبيين (High on an index of Psychotics) يفضلون البرامج الإخبارية والبرامج الثقافية ويكونون أكثر حرصاً على جمع المعلومات (Weaver, J. 1991: 1293-1299).

وفي الدراسة التى أجراها فين Finn (١٩٩٧) والتى استهدفت اختبار العلاقة بين العوامل الخمسة المكونة للشخصية Five Factor Model (السابق الإشارة إليها) والتعرض لوسائل الإعلام، وجدت الدراسة أن كل نمط أو مكــون مــن مكونــات الشخصية له اختياراته المختلفة: فالانفتاحى أكثر تعرضاً للأفلام، والعصابى أكثــر تعرضاً للبرامج الخيالية (Finn, S. 1997: 507-529).

٣- الوحدة النفسية Loneliness:

يشير مصطلح الوحدة النفسية إلى إحساس الفرد بافتقاد التقبل والتواد والحــب من جانب الآخرين، بحيث يترتب على ذلك حرمان الفرد من أهلية الانخراط فــى علاقات مشبعة ومثمرة مع أشخاص وموضوعات الوسط الذى يعيش فيه ويمارس دوره من خلاله (**زينب عبد اللطيف** ١٩٩٣: ٣٥١).

وقد حاولت عدة دراسات إعلامية قياس العلاقة بين مستوى الشعور بالوحــدة النفسية لدى الأفراد وحجم تعرضــهم للتليفزيــون باعتبــاره وســيلة تعويضــية **Compensation** أو بديلة **Alternative**، وإن كانت نتائج هذه الدراسات متضاربة ولا يوجد بينها إتفاق.

ففى دراسة لبيرس وروبين **Perse & Rubin** (١٩٩٠) وجــد أن الأشــخاص الذين يعانون من عزلة حادة أو شعور حاد بالوحدة النفسية لا يجــدون نفعــاً فــى استخدام وسائل الإعلام لتحقيق التفاعل شبه الاجتماعى، بدلاً من ذلك فهم يعتبرون مشاهدين سلبيين ويحصلون على إشباعات أقــل مــن وســائل الإعــلام مقارنــة بالأشخاص الأقل شعوراً بالوحدة (**Perse, E. & Rubin, A. 1990: 37-53**).

وفى دراسة لدانيل كانارى وبرين سبتزبرج **Canary & Spitzberg** (١٩٩٣) حول الشعور بالوحدة والإشباعات المتحققة من وسائل الإعلام، وتم تطبيقها علــى عينة قوامها ١٩٤ طالباً وطالبة بالجامعات الأمريكية، وجد الباحثــان أن الأفــراد الذين يعانون من وحدة مزمنة **Chronic** يحققون إشباعات أقل من وسائل الإعــلام مقارنة بذوى الإحساس المؤقــت بالوحــدة أو الــذين لا يشــعرون بهــا مطلقــا (**Canary, D. & Spitzberg, B. 1993: 801-806**).

وفى الدراسة التى أجراها هاريس (١٩٩٩) **Harris** على عينة حجمها ١٧٠ (١٣٢ من الإناث و٣٨ من الذكور) تتراوح أعمارهم بين ١٩-٥٦ عاماً وتم تطبيق مقياس **Boredom Proneness Scale** وجد الباحث أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى الشعور بالوحدة والضيق وحجم التعرض للتليفزيون للقضاء على هذا الشعور **(Harris, M. 1999: 576-598)**.

٣- وجهة الضبط Locus of Control:

ميز الباحثون بين نوعين لوجهة الضبط: الأول: يعبر عن قدرة الفرد على السيطرة على الأحداث وشعوره بأنه يتحكم في مصيره، ويسمى حالة الضبط الداخلى أو السيادة **Internal Control or Mastery**، الثانى: ويعبر عن عجز الفرد عن السيطرة على الأحداث وإيمانه بالقدرية السلبية وبأن هناك قوى خارجية تتحكم فى حياته وتسمى حالة الضبط الخارجية أو العجز **External Control or Powerlessness** (أيمن منصور ١٩٩٧: ٥٨).

وقد أجريت عدة دراسات حول علاقة وجهة الضبط لدى الأفراد بحجم تعرضهم لوسائل الإعلام أو باختيارهم لمضمون معين، ففى الدراسة التى أجراها لامود وزملاؤه **Lamude et al** (١٩٩٥) والتى هدفت إلى اختبار العلاقة بين وجهة الضبط واختيار برامج أو مضمون تليفزيونى معين وذلك على عينة حجمها ١٥٠ طالباً جامعياً فى الولايات المتحدة، خلصت الدراسة إلى أن:-

- الأفراد ذوو وجهة الضبط الخارجي يعتمدون فى مشاهدتهم على معيار النتائج المتوقعة من عملية التعرض **Consequences- Based Tactics**.
- الأفراد ذوو وجهة الضبط الداخلى يعتمدون فى مشاهدتهم على معيار قيمة المضمون أو البرامج **Value-Based Tactics (Lamude, K. et al 1995: 458)**.

وفى الدراسة التى أجراها ريشتر **Richter** (١٩٩٦) وذلك على عينة من تلاميذ المدارس الثانوية فى الولايات المتحدة، وتم تطبيق مقياس **Nowieki-**

Stricland Locus of Control وذلك لاختبار العلاقة بين وجهة الضبط لدى التلاميذ وحجم التعرض للتليفزيون، خلصت الدراسة إلى أن الأفراد ذوى وجهة الضبط الخارجى يتعرضون للتليفزيون بمعدل أكبر من الأفراد ذوى وجهة الضبط الداخلى (Richter, W. 1996: p. 3352).

٤- البحث عن الإثارة Sensation Seeking:

يرتبط هذا المتغير ارتباطاً وثيقاً بحاجة الأفراد للتحفيز Need for Stimulation ويرتبط عادة بارتفاع مستوى الاستثارة الفسيولوجية Physiological Arousal لهم. (Zuckerman, M., 1994: 6). وتذهب كثير من الدراسات إلى أن الأكثر بحثاً عن الإثارة وطلباً لها سوف يلتمسونها ويبحثون عنها من خلال وسائل الإعلام، وسوف يزداد حجم تعرضهم لهذه الوسائل ومقدار تذكرهم لما تقدمه من مواد (Pugzles, L. et al. 1994: 390).

ففى دراسة لكونواى وروبين Conway & Rubin (١٩٩١) وجد الباحثان أن هناك علاقة بين مستوى البحث عن الإثارة لدى الأفراد وحجم التعرض للتليفزيون بهدف تمضية الوقت (Conway, J. & Rubin, A. 1991: 443-463).

وفى دراسة أرنت Arnett (١٩٩١) خلص الباحث إلى أن الأكثر بحثاً عن الإثارة High Sensation Seeking أكثر تعرضاً للموسيقى الصاخبة Heavy Metal Music عن الأقل بحثاً عن الإثارة، كذلك فهم الأكثر تعرضاً لبرامج العنف (Arnett, J. 1991: p. 573-596).

وفى دراسة لبيرس Perse (١٩٩٦) فرقت الباحثة بين نوعين من الباحثين عن الإثارة: شديدى البحث عن الإثارة (High Sensation Seeker (HSS، وقليلى البحث عن الإثارة (Low Sensation Seeker (LSS، ذهبت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق بينهما فى حجم التعرض للتليفزيون، وإن كانت الدراسة قد ذهبت إلى أن شديدى البحث عن الإثارة يفضلون برامج المغامرات بطريقة أكبر من قليلى البحث عن الإثارة (Perse, E. 1996: 37-48).

وفى دراسة لكركمار وجرين Krcmar & Green (١٩٩٩) تم إجراؤها على عينة مكونة من ٧٢٤ طالباً، وتم فيها استخدام مقياس التماس الإثـارة لزوكرمـان Zucherman، وجدت الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية بين مستوى البحث عـن الإثارة لدى الأفراد ومعدل التعرض لنوعيات معينة من البرامج والمضامين مثـل برامج الجرائم والعنف والبرامج الرياضية، ويقل معدل تعرضهم للبرامج الكوميدية (Krcmar, M. & Green, K. 1999: 24-45).

٥- مستوى الاستثارة Arousal Level

فى الدراسة التى أجرتها أنى لانج Lang وآخرون (١٩٩٥) على عينة قدرها ٤٨ طالباً بإحدى الجامعات الأمريكية، خلصت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطيـة إيجابية بين مستوى الاستثارة العاطفية Emotional Arousal لدى الأفراد وحجـم التعرض للتليفزيون، كما وجدت الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية بـين مسـتوى الاستثارة ومستوى تذكر المضمون المقدم (Lang, A. et al 1995: 313-327).

وفى الدراسة التى أجراهـا كـارتر بـروتش وآخـرون Broach (١٩٩٥) واستخدمت التصميم العاملى ٢×٢ وذلك على عينة حجمها، ٢٠ مشاهداً، وجـدت الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية بين مستوى الاسـتثارة لـدى الأفـراد ودرجـة استيعابهم وفهمهم لما يقدم لهم من برامج (Broach, C. et al 1995: 45-54).

٦- القلـق Anxiety:

يمكن تعريف القلق بأنه استجابة معرفيـة عاطفيـة Cognitive- Affective Response تصحبها استثارة فسيولوجية وتوتر يتعلق باحتمال تعرض الفرد لموقف سلبى. وعن علاقة الشعور بالقلق ومعدل التعرض لوسائل الإعـلام ذهـب آلـن وهونى كت Allen & Honeycutt (١٩٩٧) فى دراستهما على عينة حجمها ١٢٥ (٣٥% ذكور – ٦٥% إناث – متوسط العمر= ٢٠) إلى أن القلق يدفع الأفراد إلى التعرض لوسائل الإعلام، فالأكثر قلقاً أكثر تعرضاً لوسـائل الإعـلام كمحاولـة لتخفيف الشعور بالقلق (Allen & Honeycutt, 1997: 64-82).

المحور الثانى: العمليات النفسية التى تتوسط عمليتى التعرض والتأثير وتتزامن معهما:

أولا: الاتجاهات النظرية:

يعتبر هذا المدخل تطويراً للمدخل الكلاسيكى فى دراسة تأثيرات وسائل الإعلام (نموذج المثير – الاستجابة S-R Model)، وتقوم الفكرة العامة لهذا المنظور على أن تأثيرات وسائل الإعلام لا تحدث بطريقة مباشرة Direct نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، ولكن توجد متغيرات وعوامل وسيطة ومتزامنة intervening تتوسط العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة ويتزامن حدوثها معها، وهذه المتغيرات الوسيطة والمتزامنة تحدد مجال التأثير (معرفى – عاطفى – سلوكى) واتجاهه (سلبى – إيجابى) وشدته (ضعيف – متوسط – قوى). كما أن هذا المنظور – من ناحية أخرى – شرح العمليات والآليات النفسية التى تحدث أثناء التعرض لوسائل الإعلام وتؤدى إلى حدوث التأثيرات المحتملة.

وتوجد عدة مداخل ونظريات ونماذج تندرج تحت هذا المنظور، ويمكن تقسيمها بصفة عامة إلى قسمين:-

أ- نماذج نفسية معرفية (نظرية التهيئة المعرفية – نظرية تمثيل المعلومات – نظرية البناء المعرفى – نموذج شابيرو – نموذج شروم وأوجين...).

ب- نماذج نفسية اجتماعية (نموذج هوكينز – نموذج بوتر...).

وفيما يلى عرض لهذه النماذج.

1- النماذج النفسية المعرفية:

يعتبر المنظور النفسى المعرفى هو أحدث المنظورات البحثية فى دراسة تأثيرات وسائل الإعلام وهو لا يبحث فى السلوكيات المترتبة على تعرض الأفراد لوسائل الإعلام كما يفرضها المنظور السلوكى (S.R. Model) ولكنه يبحث أساساً

فى الطريقة التى يستقبل بها الأفراد المعلومات التى يحصلون عليها من وسائل المعلومات، وكيفية تخزينها وتشغيلها (تمثيلها) ثم كيفية استدعائها واسترجاعها لمواجهة المواقف المختلفة.

ورغم جدة هذا المنظور المعرفى وحداثته فقد تعددت النماذج والمقاربات والنظريات التى أنتجها الباحثون فى هذا المجال ومنها نظرية التهيئة المعرفية ونظرية تمثيل المعلومات ونظرية البناء المعرفى وغيرها.

أ- نظرية التهيئة المعرفية Cognitive priming:

تستمد نظرية التهيئة المعرفية جذورها من علم النفس المعرفى وتنبثق فكرة النظرية من نموذج الشبكة التجميعية للذاكرة الإنسانية والذى يشير إلى أن أى فكرة أو مفهوم يتم اختزانه فى الذاكرة كعقدة ويرتبط بغيره من الأفكار أو المفاهيم من خلال ممرات دلالية.

ويتم تناول نظرية التهيئة المعرفية فى إطار نظرية الاستثارة المنتشرة Spreading Activation والتى تشير إلى أن الذاكرة الدلالية تتكون من شبكة من العقد المتصلة فيما بينها، حيث تمثل كل عقدة فكرة أو مفهوماً معيناً، ويتم فهم أى كلمة من خلال استثارة العقدة التى تحمل المفهوم المناظر لمعناها فى الذاكرة الدلالية. ويفترض وفقاً لهذه النظرية أن المفاهيم التى لها علاقة ببعضها البعض ترتبط داخل الذاكرة بشبكة دلالية، وبالتالى فعندما يتم استثارة مفهوم معين فإن المفاهيم الأخرى المرتبطة بهذا المفهوم يتم استثارتها أيضاً.

وبتطبيق هذه الفكرة على المجال الإعلامى نجد أن الأفراد حينما يشاهدون أو يقرأون أو يسمعون عن حدث معين فى وسائل الإعلام فإن هذا الحدث وهذه الأفكار بدورها يمكن أن تستثير أفكاراً أخرى مرتبطة بها دلالياً، كما تثير الدوافع لدى الأفراد للقيام بأفعال معينة.

ولا يقتصر تأثير التقييم الدلالى على مجموعة مختارة من المثيرات التى ترتبط

فى الذاكرة بعلاقات ارتباطية قوية بينها وبين الأحكام التقيمية، وإنما يمتد هذا التأثير إلى مجموعة كبيرة من المثيرات. (**شيماء ذو الفقار ٢٠٠٠: ٧١-٧٥**).

ب- نظرية معالجة المعلومات Information processing:

درج علماء النفس منذ بداية هذا القرن وحتى أوائل الستينات منه، على دراسة الذاكرة البشرية من خلال محاولة تفسير نسيان الارتباطات المتعلمة بين المثيرات والاستجابات، حتى جاء التقدم الكبير فى ميدان دراسة الكمبيوتر، والطريقة التى يعالج بها برنامج الحاسوب المعلومات قد لفت الانتباه إلى إمكانية النظر إلى الدماغ البشرى على أنه جهاز لمعالجة المعلومات (**صالح أبو جادو: ١٩٩٨، ص ١٩١**).

وتشير هذه النظرية إلى أن ما بين المثير والاستجابة تجرى عمليات معالجة عقلية، وتتضمن هذه المعالجة ثلاث مراحل هى الترميز **Encoding** ومرحلة الاحتفاظ والتخزين **Storage** ومرحلة الاسترجاع **Retrieval**، حيث تبدأ مرحلة معالجة المعلومات بمثيرات من البيئة الخارجية إلى عقل الفرد ثم تتم عملية تخزين المعلومات أو المثيرات فى المخزون الحسى (هناك مخزون حسى لكل حدث من الأحداث) لمدة تقل عن النصف ثانية... ثم يحدد الانتباه ما يمكن أن يحدث بعد ذلك، فالانتباه يؤدى إلى انتقال المثيرات إلى الذاكرة قصيرة المدى والذاكرة العاملة التى ستحافظ على تركيز الانتباه أو نقل المعلومات إلى الذاكرة طويلة المدى وفى هذه الحالة هذه المعلومات لن يتم نسيانها أبدا (**Lang, A. 2000: 47-50**).

وبالنظر إلى هذه النظرية النفسية فى علاقتها بالتليفزيون كوسيلة إعلامية يمكن تحديد بعض الأبعاد وهى كما يلى:

- التليفزيون كمثير نفسى Television as a Psychological Stimulus:

تتعامل هذه النظرية مع التليفزيون كمثير يؤدى إلى تدفق فى المعلومات السمعية والبصرية والتى تؤثر سواء من خلال ما تحتويه من مضمون أو من خلال الأشكال الفنية التى يعرض بها هذا المضمون (القطع - المزج - الزووم... إلخ).

ويتأثر المشاهد بهذا كله من خلال العمليات التى يـتم بمقتضـاها معالجـة هـذه المدخلات والتى تشمل الترميز والتخزين والاسترجاع.

- الترميز ورسائل التليفزيون Television Message and Encoding:

وهذه العملية تشرح مسألة إدخال الرسائل التليفزيونية إلـى الـذاكرة العاملـة (الحسية)، فالأفراد يختارون بوعى أو بدون وعى المعلومات ويدخلونها إلى الذاكرة قصيرة المدى وفى هذه المرحلة يتم مناقشة الفرد لنفسه حول أى المعلومات سـيتم إدخالها إلى هذه المنطقة من الذاكرة وهو ما يتوقف على:

- الأهداف الحالية للفرد واحتياجاته.
- جدة المعلومات، غرابتها، تشكيلها لتغيرات فى البيئة الخارجية.

- التخزين ورسائل التليفزيون Television Message and Storage:

وهنا يبدأ الفرد فى تحديد كم عدد الرسائل وأى أجزاء منها سوف يتم تخزينها، ويحدد هذا الفروق الفردية، ومحدودية النظام البشرى لمعالجـة المعلومـات، ثـم الموقف الذى يتم فيه مشاهدة التليفزيون، ويبدو هنا مثلاً إن حـافزاً مـن اسـتثارة المشاعر قد يسبب تخصيصاً تلقائياً لهذا الأمر.

- الاسترجاع ورسائل التليفزيون Television Message and Retrieval:

وتحتوى هذه العملية على بعدين الأول الاسترجاع الآجل لمحتـوى الرسـالة (الذاكرة) **Later Retrieval** والاسترجاع المتزامن **Concurrent Retrieval** مـع المعلومات المعروفة مسبقاً أثناء المشاهدة. وما سبق يشـرح باختصـار مشـاهدة التليفزيون كمزيج من ميكانيزم يحمل الـتحكم والتلقائيـة فـى ترميـز وتخـزين واسترجاع المعلومات **(Lang., A. 2000: 51-55)**.

وقد أشارت نتائج العديد من الدراسات الإعلامية فى هذا المجال إلى أن كـل من تكافؤ المضمون السمعى والبصرى للرسالة الإعلامية التليفزيونية يؤثر إيجابياً

على مدى تذكرها، إلى جانب أن المزاج الشخصى والمعارف السابقة تـؤثر فـى عملية الاستجابات المعرفية.

وترى أن لانج **Lang** أن هناك العديد من المجالات البحثية التى تسـمح بهـا فروض تلك النظرية للاختبار مثل:

١. تأثير المضمون والجوانب البنائية للرسالة على التحكم فى ميكـانيزم معالجـة المعلومات لدى الأفراد (حيث أن معظم الدراسات السابقة ركزت على الأشياء قصيرة المدى والذاكرة قصيرة المدى).

٢. تأثير العوامل البيئية وأهداف مستخدمى الرسـائل الإعلاميـة علـى معالجـة المعلومات المتضمنة.

٣. قياس التفاعلية بين المضمون والشكل لتحديد أى جانب من جوانـب الرسـالة الإعلامية تم تذكرها.

٤. دراسة حالات مثل الترميز المنخفض والتذكر المرتفع (ذاكرة جيدة عن الحدث وذاكرة ضعيفة للتفاصيل) وعندما يكون الترميز مرتفعاً والذاكرة منخفضة (مثل حالة الأخبار الإذاعية فالإدراك مرتفع ولكن التذكر ضعيف).

٥. أفضل الأشكال الفنية التى تسـاعد علـى عمليـة الاختـزان فـى الـذاكرة **(Lang, A: 2000: 54-55)**.

جـ- نظرية البناء المعرفى Schema Theory:

لا يوجد تعريف محدد ومتفق عليه من قبل الباحثين لمفهوم **Schema** وإنمـا يوجد وصف لها أو تعريف تقريبى لها، وأقرب هذه التوصيفات والتعريفات هو ما أشار إليه **(Graber, D. 1988: 28)** من أن هذا المفهوم يشير إلى "بنـاء معرفـى **Cognitive Structure** يتكون من معلومات منظمة ومرتبة عـن كافـة المواقـف والأحداث التى مر بها الإنسان والتى تم تجريدها **Abstraction** من أساسها الأولى، وتستخدم هذه الأبنية فى تمثيل (معالجة) المعلومات الجديدة وفى استدعاء المعلومات

القديمة المخزنة Stored information. وتقوم نظرية البناء المعرفى على خصيصتين للسلوك المعرفى للإنسان:

- البخل المعرفى Cognitive Misery.
- الاقتصاد المعرفى Cognitive Economy.

وفى ضوء هاتين الخصيصتين فإنه عند تعرض الأفراد لأى مثيرات جديدة فإنهم، توفيراً للوقت واقتصاداً للجهد، يحاولون مطابقة Matching هذه المثيرات بما لديهم من أبنية معرفية وذلك بطرق مختلفة، فإذا تمت المطابقة حدث التمثيل لهذه المعلومات، وعندما لا تتم عملية المطابقة فإن المعلومات الجديدة لا يتم تمثيلها وبالتالى لا يتم ضمها إلى البناء المعرفى للفرد (Severin. W. & Tankard, J. 1997: 83-84).

د- نموذج الوزن – التوازن لشابيرو Weighing and Balancing Model:

ذهب شابيرو Shapiro (١٩٩١)، صاحب هذا النموذج، إلى أن هناك ثلاث ميكانزمات يقوم بها الأفراد عند تمثلهم للمعلومات المقدمة من خلال التليفزيون:-

أ- استرجاع المعلومات، الملائمة للموضوع الجديد، من الذاكرة ومطابقتها بالجديدة.

ب- وزن المعلومات الجديدة، فى ضوء الأبنية القديمة – وتقدير أهميتها.

ج- إدراك مدى اتساق المعلومات الجديدة والقديمة فيما بينها ومدى التوازن بينها.

ويرى شابيرو أن مصدر المعلومة يعتبر محدداً مهما لقدرة الإنسان على استرجاع المعلومات أو تخزينها، فالمعلومات التى يتم الحصول عليها أو استدعاؤها من الذاكرة قد لا ينظر إليها الفرد (يعطيها وزناً قليلاً) إذا كان مصدر هذه المعلومات لا يعتد به (قليل القيمة).

وطبقاً لنظرية الذاكرة متعددة الطبعات Multiple trace-Theory فــإن كــل حدث يمر بالإنسان وكل معلومة يحصل عليها من أى مصدر يترك أثراً Trace فى الذاكرة حيث تتواجد هذه النسخة بجوار النسخ الأخرى، ويتوقف مدى الاستفادة من هذه النسخ بناء على عملية وزن (تقييم) الفرد لها ومدى شعوره بــالتوازن بينهــا (Shapiro, A. 1991: 3-24).

هـ- نموذج العمليات العقلية لشروم وأوجين Mental Process Model:

يهدف هذا النموذج إلى شرح الطريقة التى مــن خلالهــا يســتخدم الأفــراد المعلومات المختلفة التى يحصلون عليها من التليفزيون فى بناء واقعهم الاجتماعى. ويشرح النموذج المراحل التى تمر بها هذه العملية.

ويرى صاحبا هذا النمــوذج (Shrum & O'Guinn) (١٩٩٣) أن تــأثيرات التليفزيون على الأفراد هى ناتجة فى الأســاس عــن اســتخدام الأفــراد لــبعض استراتيجيات تمثيل المعلومات وخاصة على الإستراتيجيتين الآتيتين:

١. تمثيل بناء المعلومات بطريقة يمكــن الرجــوع إليهــا بســهولة Construct Accessibility.

٢. تمثيل المعلومات بطريقة تجعلها متاحة باستمرار Availability Heuristic.

وأشار الباحثان إلى وجود عدة عوامل متعلقة بالرســالة تــؤثر فــى هــاتين الاســتراتيجيتين، ومنهــا: الحداثــة Recency، التكــرار Frequency، الحيويــة Vividness، التمييز Distinctiveness، الملاءمة Self Relevance، التشــابه مــع الأبنية الأخرى Similarity to Other Construct.

وفى ضوء الخصائص السابقة فإن كثافة تعرض الأفراد للرسائل التليفزيونيــة تؤدى إلى سهولة اســترجاع المعلومــات التليفزيونيــة Accessibility وإتاحتهــا Availability وبالتالى استخدام الأفراد لها فى تكوين واقعهم الاجتمــاعى Social Reality (Ahrum, J. & O'Guinn, T. 1993: 436-471).

٣- النماذج النفسية – الاجتماعية:

أ- نموذج التعلم – البناء لهوكينز وبنجرى Learning- Construction Model:

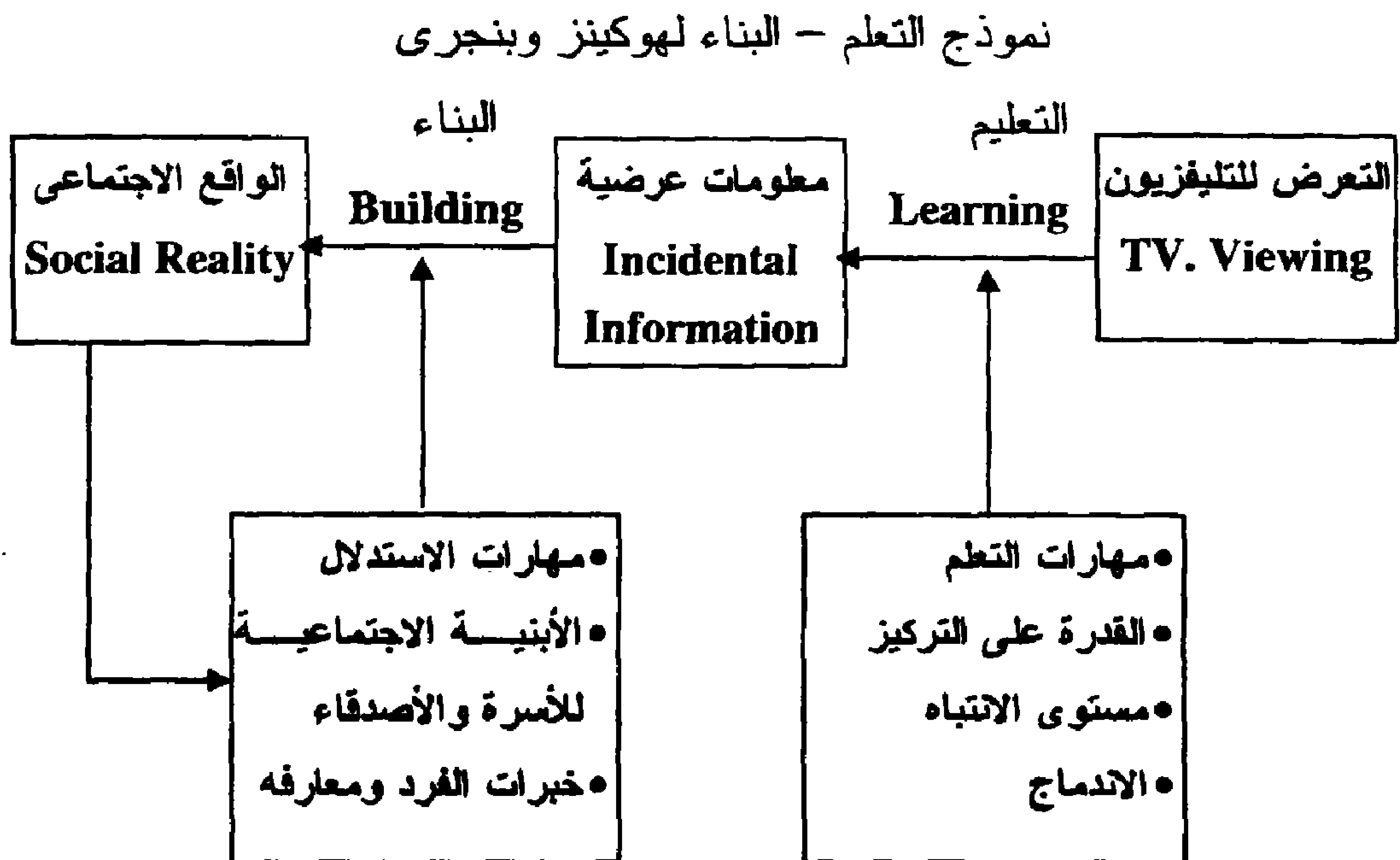
يقوم هذا النموذج – الذى قدمه هـوكينز وبنجـرى (١٩٩٠) Hawkins & Pingree – على أن عملية تكوين الواقع من خلال التعرض للتليفزيون تـتم علـى مرحلتين:-

- التعلم العرضى Incidental Learning: وتتوقف هذه العملية على مجموعة من المتغيرات منها مهارات المستقبل وقدرته على التركيز ودرجة انتباهه ومـدى استغراقه فى المشاهدة واندماجه فيها.
- البناء Construction، وتتأثر هذه المرحلة بمجموعة متغيرات منها: مهـارات الاستدلال أو الاستنتاج لدى الفرد، البناء الاجتمـاعى للأسـرة وللأصـدقاء، خبرات الفرد ومعارفه (Hawkins, R. & Pingree, S. 1990: 35-50).

ويوضح الشكل التالى عناصر هذا النموذج:

شكل رقم (٣)

نموذج التعلم – البناء لهوكينز وبنجرى



ب- نموذج العمليات الفرعية لبوتر:

يمثل نموذج Potter (١٩٩١) تطويراً لنموذج التعلم – البناء لهوكينز وبنجرى بعد أن أعاد اختبار أبعاده، وقد أضاف بوتر للنموذج السابق عدة إضافات منها:

- تقسيم مفهوم التعلم Learning إلى مستويين:

• المستوى الأول للتعلم ويشير إلى القيام بعمل تقديرات عن عالم التليفزيون.

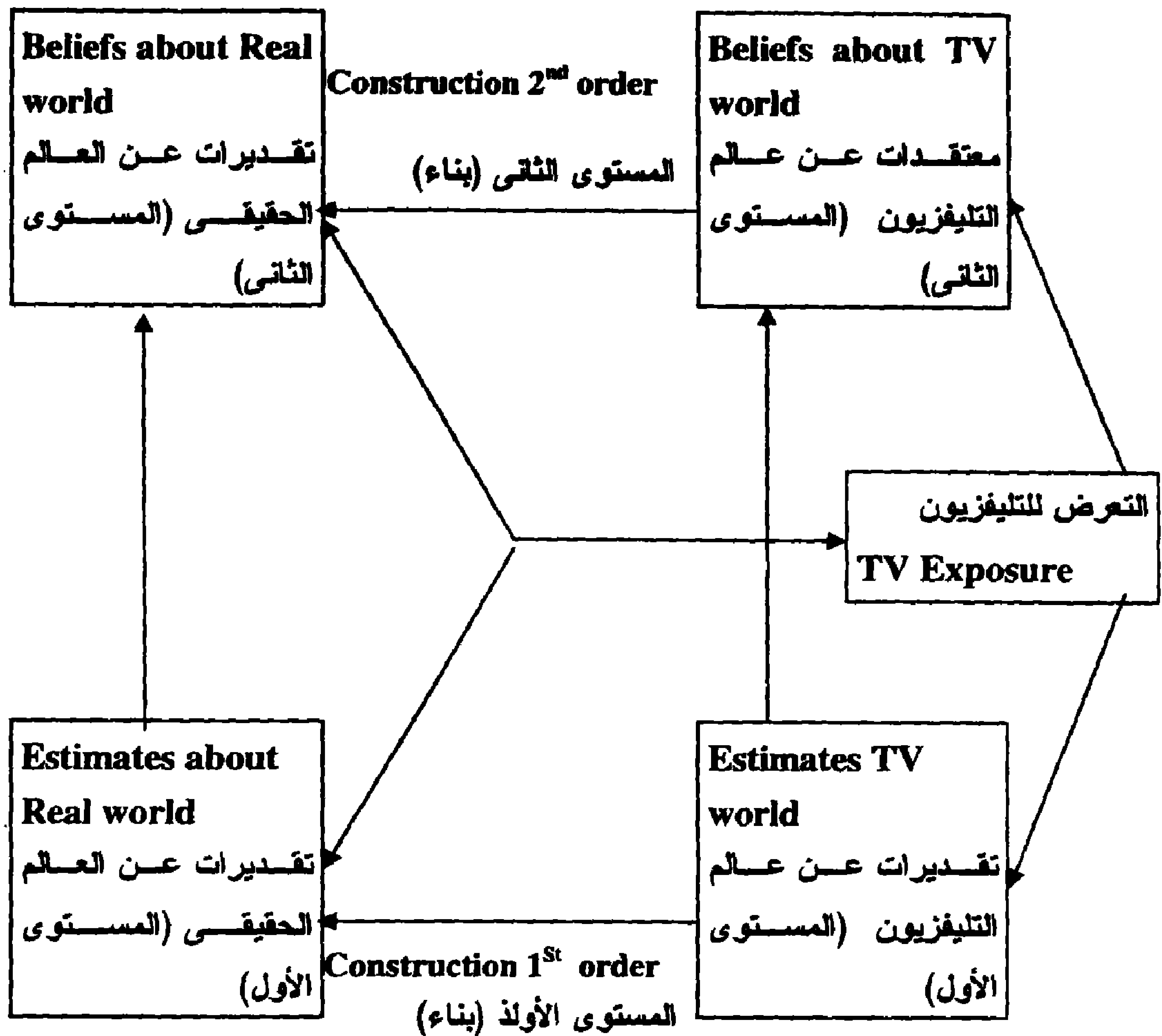
• المستوى الثانى للتعلم ويشير إلى المعتقدات التى تتكون لدى الفرد عن عالم التليفزيون.

- تقسيم مفهوم التعميم Generalization إلى مستويين:

• المستوى الأول للتعميم: ويشير إلى العلاقة بين تقديرات عالم التليفزيون وتقديرات الفرد.

• المستوى الثانى للتعميم: ويشير إلى العلاقة بين معتقدات عالم التليفزيون ومعتقدات الفرد (Potter, J. 1991. 77-102).

ويوضح الشكل التالى عناصر هذا النموذج:

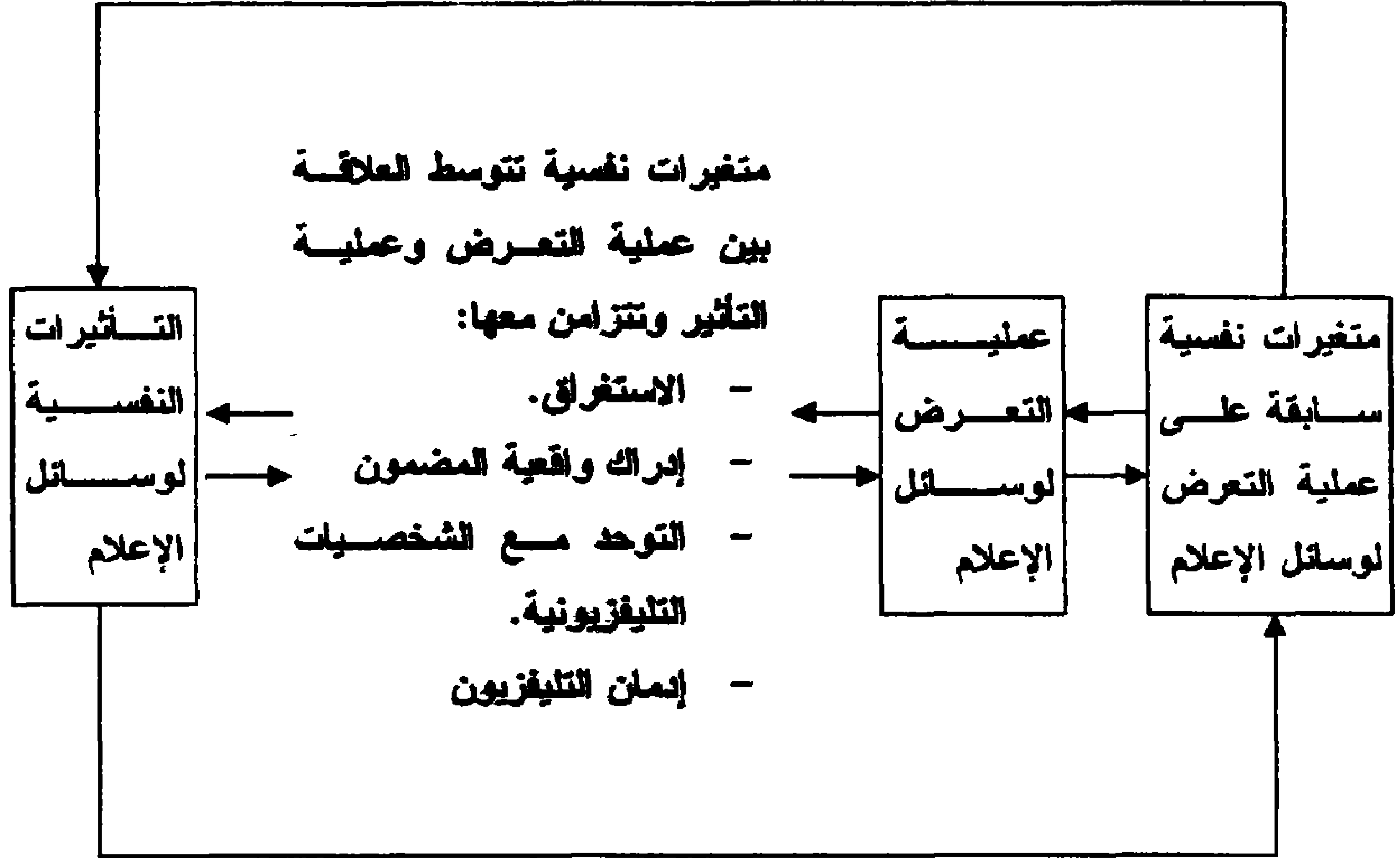


ثانيا: الاتجاهات الإمبيريقية:

يبين الشكل التالى موقع الدراسات الخاصة بالمنظور الثاني فى التصور الافتراضى لتأثيرات وسائل الإعلام.

شكل رقم (٥)

الاتجاهات الإمبيريقية فى دراسات المحور الثانى



ويمكن توضيح نماذج لبعض الدراسات الإمبيريقية التى تندرج تحت المحور الثانى على النحو التالى:

١- الاستغراق (أو الاندماج) فى عملية التعرض Involvement

يمكن تعريف عملية الاستغراق بأنها "استجابة تعكس التمثيل الجيد للمعلومات المتضمنة فى الرسائل التليفزيونية" وتتضمن هذه العملية بعدين رئيسيين هما:-

أ- التوجه **Orientation**: والمقصود به اتجاه العمليات المعرفية والعاطفية، إذ قد يندمج الأفراد – أو يستغرقون – مع جوانب مختلفة من الرسالة التليفزيونية: القضية، الشخصية، الحبكة، الموسيقى...

ب- الكثافة **Intensity**: إذ بمجرد أن يصبح الأفراد مستغرقين فى المشاهدة فإنهم يتعاملون مع المعلومات المقدمة بصورة أكثر عمقاً وتكثيفاً وينتقلون من مجرد الانتباه للمعلومة إلى تصنيفها على أنها مألوفة أو غير مألوفة إلى

ربطها بالمعرفة السابقة وانتهاء بالاستجابة العاطفية لها. وتوجد ثلاثة مراحل لهذه العملية الأخيرة وهى الانتباه، الإدراك، الإثبات والتأكد. وقد ذهبت بيرس Perse (١٩٩٠) إلى أن بعض أبعاد هذه العملية قد تكون لها تأثير على العلاقة بين التعرض للتليفزيون وتأثيرات الغرس (Perse, E. 1990: 169).

٣- إدراك واقعية المضمون التليفزيونى Perceived Reality of TV. Content

يمكن تعريف هذا المتغير بصفة عامة على أنه مدى اعتقاد المشاهدين فى أن مضمون التليفزيون يعكس الواقع وأنه ليس مضموناً خيالياً بعيداً عن الواقع ولا يمت له بصلة.

وقد تباينت نتائج الدراسات السابقة حول مدى تأثير هذا المتغير على العلاقة بين عملية التعرض وعملية التأثير، فقد ذهبت بعض الدراسات إلى أن إدراك الواقعية يقلل من تأثيرات التليفزيون، وذهبت بعض الدراسات الأخرى إلى أنه يزيد من تأثيرات التليفزيون، وذهبت بعض الدراسات إلى أن الأمر يتوقف على عوامل أخرى كالسن أو النوع أو مستوى الذكاء أو المستوى الاقتصادى والاجتماعى (**أيمن منصور ١٩٩٧: ص ٩٨**).

وقد خلص **Potter** (١٩٨٦- ١٩٨٨- ١٩٩٢) من تحليله للدراسات السابقة حول تأثير هذا المتغير إلى عدة نتائج:-

أ- إن المشاهدين الذين يعتقدون فى واقعية المضمون التليفزيونى هم الأكثر تأثراً به عن المعتقدين فى كون هذا المضمون خيالياً أو غير واقعى.

ب- إن درجة الاعتقاد فى واقعية المضمون التليفزيونى تختلف من مشاهد إلى آخر.

ج- إن هذا المتغير يجب دراسته على أنه مفهوم متعدد الأبعاد يشمل النظر إلى التليفزيون على أنه نافذة سحرية **Magic Window**، النظر إلى التليفزيون

باعتباره وسيلة للمنفعة Utility، النظر إلى التليفزيون باعتبـــاره مصـــدراً للتوحد مع الشخصيات Identity (Potter, J. 1992: 392-405).

كما توصلت إيمي دور Dorr إلى أن إدراك واقعية المضـــمون يلعـــب دوراً وسيطاً يبين التعرض للمضمون التليفزيونى وبين الآثـــار الاجتماعيـــة والنفســـية. وتزداد حدة هذا التأثير عندما يبدو المضمون واقعياً وليس خيالياً، ففى دراستها التى أجريت على عينة قوامها (٤٦٠) مفردة من الأطفال والمراهقين، اتضح أن نصف العينة وجدوا تشابهاً بين العائلات الأمريكية كما يعرضها التليفزيون والعلاقات فى الواقع الحقيقى، كما توصلت إلى أن المواد الدرامية تعتبر مصدراً هامـــاً لتشـــكيل صورة الواقع (Dorr, A. et al 1990: 377-397).

٣- التوحد مع الشخصيات التليفزيونية Identity

يعتبر التوحد هو البعد الثالث من إبعاد إدراك واقعية التليفزيون، وهو يعكـــس شعور المشاهد بالقرب الشديد من شخصيات التليفزيون، وقد لا يعنى ذلك الشـــعور بجاذبية الشخصيات والرغبة فى تقليدها، وإنما يعنى إحســـاس المشـــاهد بنشـــاط الشخصية وفعاليتها وتأثيرها فى حياتـــه الخاصـــة، وأحيانـــاً تصـــبح الشخصـــية التليفزيونية ذات أثر كبير على حياة المشاهد، فقد يشعر الشخص الذى يتوحد مـــع شخصية تليفزيونية بالقرب والصداقة مع هذه الشخصية، وبالتالى يفكر فيها، ويقلق بشأنها، ويتحدث عنها مع الآخرين فى حياته العادية. وهذا لا يعنى أن الأفراد الذين يتوحدون بشدة مع شخصيات التليفزيون غير متوازنين عقلياً، أو غير قادرين على إدراك الفرق بين عالم التليفزيون وعالم الواقع، وإنما يتولد لـــديهم شـــعور قـــوى بواقعية تلك الشخصيات، وتكون مشاعرهم تجاه تلك الشخصيات مشابهة لمشاعرهم تجاه الأشخاص الحقيقيين (**حسن عماد مكاوى ١٩٩٧: ٦١**).

٤- إدمان التليفزيون TV. Addiction:

يمكن تعريف مدمنى التليفزيون **TV. Addicts** بأنهم "هؤلاء الذين يشـــاهدون التليفزيون بكثافة وينظرون إلى سلوكهم باعتباره سلوكاً غير تطوعى **involuntary**

وإجبارياً، وهم يفضلون مشاهدة التليفزيون على أداء كثير من الأعمال الأكثر فائدة ويشعرون أنهم لا يستطيعون التوقف عن مشاهدته. ويعتقد كثير من الباحثين أن ظاهرة إدمان التليفزيون هى ظاهرة منتشرة فقد ذهب **McIlwraith** إلـى أن ٧٠% من عينة دراسته مدمنو تليفزيون (**McIlwraith, R. 1998: 371-386**).

وقد حدد كيوبى (**Kubey 1996**) خمس خصائص (صفات) لمدمنى التليفزيون:

أ- إن التليفزيون يستهلك جزءاً كبيراً من وقتهم.

ب- إنهم يشاهدون التليفزيون بشكل أكبر وأطول مما كان فى نيتهم قبل المشاهدة.

ج- إنهم فشلوا مرات عديدة فى مقاطعة التليفزيون وعدم مشاهدته.

د- أنهم انسحبوا أو تركوا أنشطة اجتماعية أكثر أهمية من أجل مشاهدة التليفزيون.

ه- أنهم قد ينسحبوا **Withdraw** من الأنشطة الأخرى إذا حرموا من المشاهدة (**Kubey, R. 1996: 187-205**).

وتوجد دراسات عديدة قد اختبرت تأثير إدمان التليفزيون على العلاقة الأصلية بين حجم التعرض والتأثيرات. فقد اتضح من دراسة كل من **Dubey & Csikszentmihalyi** ١٩٩٠ وباستخدام أسلوب **Experience sample Method** أن المبحوثين قد سجلوا عن أنفسهم أعلى معدلات للاسترخاء أثناء المشاهدة وأقل قدر من الجهد مقارنة بالأنشطة اليومية الأخرى (**Kubey, R. & Csikszentmihalyi, M. 1990: 50-59**).

وفى دراسة أخرى اتضح أن المشاهدة الكثيفة للتليفزيون قد ارتبطت بالعديد من المشكلات النفسية فقد وجد أن المبحوثين من الطلاب والذين قد أعلنوا عن أنفسهم كمدمنين للتليفزيون هم الأكثر شعوراً بالتعاسة والقلق والخوف والملل (**McIlwraith, R. 1998: 371-385**).

وقد ارتبطت عملية إدمان التليفزيون بالهروب والتحايل على مشاكل وضغوط الحياة (Anderson, D. et al 1996: 243-260).

وأشارت إلى مثل هذه النتائج السابقة دراسة Mcllwraith الذى وجد أن مدمنى التليفزيون أوضحوا أن استخدامهم له يؤثر على تغيير الحالة المزاجية لهم إلى الأفضل كما أنه يخرجهم من التفكير فى الأخبار غير السارة ويملأ وقت الفراغ لديهم كما أن هؤلاء المدمنين لديهم استعداد للشعور بالميل أكثر من الآخرين وللإنكار السلبية كما يبدوا منهم الأكثر قلقاً والأكثر رغبة فى الانسحاب من الحياة (Mcllwraith, R. 1998: 371-386).

وفى نتائج مشابهة توصل Porrs & Sanchez إلى أن إدمان التليفزيون هو عرض من الأعراض وأسلوب من أساليب التغلب على الإكتئاب والقلق أكثر من كونه مشكلة فى حد ذاته (Potts, R. & Sanchez, D. 1994: 70-90).

أما عن علاقة إدمان التليفزيون بالنوع فقد وجد أن الأكثر إدماناً له هم من النساء حيث أنهن الأكثر معاناة من حالات التوتر العالية وبالتالى يلجأن إلى التليفزيون للتقليل من حدة التوتر لديهن (Anderson, D. et al 1996: 234-260).

المحور الثالث: المتغيرات والابعاد النفسية الناتجة عن عملية التعرض للتليفزيون

أولاً: الاتجاهات النظرية

يقوم الإطار الفكرى للمحور الثالث على فروض النظرية السلوكية التقليدية فى علم النفس خاصة فيما يتعلق بنموذج المثير – الاستجابة S. R. Model مع محاولة تطويرها وجعلها أكثر اتساقاً من نتائج للدراسات السابقة فى هذا المجال وأكثر تواعماً مع المعطيات البحثية الحالية.

وتوجد عدة نظريات ومداخل يمكن الإشارة إليها على النحو التالى:

١- نظرية تأثيرات الشخص الثالث Third Person Effects:

تعتبر نظرية تأثيرات الشخص الثالث التى صاغ فروضها الأساسية فيليبس ديفيسون **Philips Davison** من أحدث النظريات التأثيرية التى يحاول الباحثون اختبار فروضها وتطوير أسسها واستخدامها فى فهم تأثيرات وسائل الإعلام. وتقوم هذه النظرية على فرضين أساسيين:-

الفرض الأول: الفرض الإدراكى The Perceptual Hypothesis:

وتوجد تسميات متعددة لهذا الفرض منها: فرضية التحيز الإدراكى **Perceptual Bias**، وفرضية التمييز بين الذات والآخرين **Self-Other Discrepancy**، وفرضية إدراك الشخص الثالث **(Dupagne, M. et al, 1999: 334)** وينص هذا الفرض على أن "الأفراد الذين يتعرضون لرسائل إقناعية من خلال وسائل الإعلام يدركون أن هذه الرسائل سوف يكون لها تأثير أكبر على الآخرين مقارنة بتأثيرها عليهم **(Ven Hwe Ilo & Paddon, A. 2000, 80)** أى أن وسائل الإعلام – من وجهة نظر المبحوثين – لن يكون لها تأثير على المبحوث **("Me" The first person)** ولا على الباحث **("You" The Second Person)** ولكن على الآخرين **("Them" The third person)**. فالأفراد يتوقعون أن يكون الآخرون أكثر عرضة واحتمالية للتأثير بوسائل الإعلام **susceptible to media influence** بينما يرون أنفسهم فى مأمن من هذا التأثير. **(Shah, S. et al, 1999: 242)**

ويستمد الفرض الأول أصوله من علم النفس الاجتماعى خاصة ما يتعلق بتكوين المدركات المتحيزة **Perceptual Biases in Social Psychology**، حيث تشير الدراسات النفسية إلى أن الأفراد يميلون إلى إدراك ما يتعلق بهم وما يتعلق بالآخرين بطريقتين مختلفتين:- الأولى تميل إلى إعلاء الذات والثانية تميل إلى التقليل من شأن الآخرين، وإجمالاً فإن الأفراد يميلون إلى إدراك ما يتعلق بهم وما يتعلق بالآخرين بطرق تجعلهم يظهرون أنفسهم بطريقة أفضل **people tend to**

perceive themselves and others in ways that make themselves look and feel better (Peiser, W. & Peter, J. 2000, 27).

الفرض الثانى: الفرض السلوكى The Behavioral Hypothesis

وينص هذا الفرض على أن "الأفراد الذين يظهرون مدركات الشخص الثالث أكثر احتمالاً لدعم وتأييد فكرة فرض رقابة ووضع قيود على الرسائل الإقناعية مصدر التأثير المحتمل" ولهذا الفرض صياغة أخرى وهى الأكثر إدراكاً لتأثيرات الشخص الثالث الأكثر تأييداً لفكرة فرض الرقابة **The Greater th third person perception, the Greater the support for restrictions (Dupagne, M. et al., 1999: 334)**

ويعتبر هذا الفرض – من الناحية النظرية – مترتباً على إثبات الفرض الأول، فالذين يرون أن تأثيرات وسائل الإعلام سوف تكون قوية على الآخرين قد يؤيدون – من منطلق أخلاقى – فكرة فرض رقابة على هذه المضامين التى من الممكن أن يكون لها تأثيرات ضارة وسلبية عليهم.

وبالنسبة لنتائج الدراسات الإمبيريقية فإنه يمكن القول إن الفرض الأول قد وجد تأييداً إمبيريقياً ملحوظاً، فعلى سبيل المثال ذهب بيرلوف **Perloff** (١٩٩٦) إلى أن نتائج ١٥ دراسة (من ١٦ دراسة تمت مقارنة نتائجها) قد أثبتت هذا الفرض وأيدته **(Perloff, R. 1996: 167-184)** أما الفرض الثانى فقد كان أقل حظاً من التأييد الإمبيريقى، إذ تراوحت نتائج الدراسات السابقة فيه بين الإثبات والنفى **(Gunther, A. 1995: 27-38)**.

الاتجاهات العامة لدراسات تأثيرات الشخص الثالث:

توجد عدة اتجاهات بحثية دارت حولها دراسات هذه النظرية:

أ – دراسات اختبرت نوع المضمون وعلاقته بتأثيرات الشخص الثالث. ومن هذه المضامين التى ركزت عليها هذه الدراسات:-

* أفلام الجنس Pornography (Hoffner, C. et al., 1999: 726-742)
* مشاهد العنف التليفزيوني (Mcleod, D. et al., 1997: 153-174)
* الإعلانات ذات المضمون السلبي (Henriksen, L. & Flora, J. 1999: 643-665)

ب- دراسات اختبرت الجوانب المنهجية في قياس تأثيرات الشخص الثالث ومن هذه الجوانب المنهجية:-

* ترتيب الأسئلة في الاستمارة (Dupagne, M. et al., 1999: 334-392)
* مشكلات التطبيق (Ven hwei lo et al., 2000: 80-89)

ج- دراسات اختبرت علاقة النظرية ببعض الأبعاد النفسية:

ومن هذه الأبعاد النفسية تقدير الذات Self Esteem والتحكم في الذات (ضبط النفس) Self-Control والمسافة النفسية Psychological Distance وغيرها (Chapin, J. 2000: 51-81).

٣- نظريات العنف:

توجد عدة نظريات حاول الباحثون من خلالها شرح وتفسير العلاقة بين التعرض للمضامين التي تحتوي على عنف (العنف التليفزيوني TV. Violence) واكتساب الميول العدوانية لدى المتلقين لاسيما الأطفال. ومن هذه النظريات:-

أ - نظرية التنفيس أو التطهير Catharsis Theory:

تشير هذه النظرية إلى أن مشاهدة العنف التليفزيوني يمد المشاهدين بالخبرات العدوانية المختلفة، وهذا يمكن اعتباره وسيلة مفيدة للتخفيف من حدة المشاعر العدوانية الأصلية لدى الفرد ومن شعوره بالإحباط، فمشاهدة العنف التليفزيوني "تفرغ" الشحنات العدوانية لدى المشاهدين و"تطهرهم" منها.

ب- نظرية التحفيز Stimulation Theory:

وهى على عكس نظرية التطهير حيث تشير هذه النظرية إلى أن مشاهدة العمف قد يحفز المشاهد على القيام بأعمال عدوانية ويستثير لديه هذه الميول، وتصبح المشاهدة بمثابة الحافظ أو المثير أو الباعث على القيام بأعمال العنف، وتستمد هذه النظرية فرضها من النموذج التقليدى المثير - الاستجابة S.R. Model.

ج - نظرية التدعيم Reinforcement Theory:

يتمثل الافتراض الرئيسى لهذه النظرية فى أن التصوير التليفزيونى للعنف يدعم ويرسخ نماذج السلوك العنيف الى يتلقاها المشاهدون من المواقف التليفزيونية. وفق هذه النظرية فإن التعرض للتليفزيون لا يكسب كل الأفراد للسلوكيات العدوانية والعنف ولكنه يدعم ويرسخ هذه السلوكيات لدى الأفراد الأكثر استعداداً لها والذين لديهم هذه الميول بالفعل.

د- نظرية التقليد Imitation (Copycut) theory:

وتقوم هذه النظرية على أن التليفزيون يقدم رسائل عنيفة يمكن للأطفال أن يقلدوها فى حياتهم الخاصة، وتصبح هذه السلوكيات التليفزيونية مصدراً للتعلم وللتقليد وللنمذجة Modeling (Jones, M. & Jones, E. 1999: 176-180).

هـ- النموذج التطورى للتأثيرات المتبادلة A Reciprocal Effects Developmental Model

وفقاً لهويسمان Huesmann، الذى صاغ هذا النموذج، فإن الجرعة المكثفة من العنف التليفزيونى لا تؤدى فقط إلى زيادة العدوانية وإنما تسهم أيضاً فى زيادة الاهتمام برؤية الرسائل التليفزيونية العنيفة.

ووفق هذا النموذج فإن هناك علاقة تبادلية بين العديد من المتغيرات يقوم فيها كل من مشاهدة العنف والسلوك العدوانى بتفعيل دور بعضهما البعض، فالأطفال الذين يشاهدون العنف بكثرة سيلاحظون الطرق العدوانية التى تحل بها الشخصيات التليفزيونية مشاكلها، وعندما يتوحد الأطفال مع هذه الشخصيات العدوانية سيتخيلون

ويخزنون فى الذاكرة التصرفات العدوانية، ويتم استخراج السلوكيات العدوانية المخزنة في المناسبات التى تتطلبها. وإذا تحولت هذه السلوكيات إلى عادة متكررة فسيؤثر ذلك بالسلب على النجاح الاجتماعى والدراسى، فكلما زادت درجة عدوان الطفل انخفضت شعبيته عند زملائه، وهذا بدوره يؤدى إلى زيادة الميول العدوانية لدى الطفل ويؤدى أيضاً إلى مشاهدة أكثر انتظاماً للتليفزيون. ولذا فإن سلسلة العدوان والفشل الدراسي والاجتماعي والتعرض لبرامج العنف هي سلسلة من الحلقات تقود كل منهما إلى الآخر (Linz, D. & Donnerstien., E. 1989: 276).

٣- نظرية التعلم الاجتماعي Social Learning Theory

تعد نظرية التعلم الاجتماعى من أهم النظريات فى مجال تأثيرات وسائل الإعلام، وقد جاءت هذه النظرية كرد فعل على النظرية السلوكية التى تقوم على التبسيط الشديد للسلوك (المنبه – الاستجابة) والتى تجاهلت أهمية الوعى والعمليات الأخرى التى تتداخل فى هذا الإطار (**فرج عبد القادر طه**: ٢٠٠٠، ٢٤١).

وتكتسب هذه النظرية أهميتها فى مجال الدراسات الإعلامية انطلاقاً من اهتمامها بالمتلقى ودوره النشط فى اكتساب المعانى وتأثير هذا فى ردود الأفعال السلوكية، أى أن هذه النظرية تركز على النشاطات المعرفية لدى المشاهدين عند تعرضهم للرسائل الإعلامية والعمليات التقيمية والتفسيرية وتأثيراتها على نتائج المشاهدة (Tunjioka: Y. 1999: 54).

وتشير هذه النظرية إلى التفاعل بين الرسالة الإعلامية... الإدراك... والأهداف والخطط المستقبلية، وهو ما يشير إليه منظرو هذه النظرية على أنه "النموذج السببى ذو التأثيرات الثلاثية المتبادلة Triadic Reciprocal Causation.. ووفقاً لهذه النظرية فإن عوامل السلوك والإدراك والعوامل الشخصية الأخرى، بالإضافة إلى الأحداث البيئية تمثل فى مجموعها المحددات المتفاعلة interacting determinants والتى تؤثر إحداهما فى الأخرى بطريقة ثنائية الاتجاه (Bradac. J. 1989: 270-271).

ومن المحددات التى تشير إليها هذه النظرية:-

- الأفراد لديهم القدرة على تحويل خبراتهم إلى نماذج إدراكيـــة مجــردة توجــه سلوكهم فيما بعد.
- المقاييس الذاتية تضع الأهداف والأفراد يسعون إلى تحقيقها.
- يتضمن النشاط الإدراكى إجراء المقارنات بــين أفكــار الأفــراد والمعــايير الاجتماعية.
- تلعب وسائل الإعلام دوراً رئيسياً فى العمليات الإدراكية.

ويشير منظرو هذه النظرية إلى أن هناك عاملين رئيسيين يحددان للفرد مــدى قدرته (قابليته) للقيام بسلوك معين:

الأول: معتقدات الفرد حول نتائج هذا السلوك (إيجابا، سلبا).

الثــانى: تصــورات الفــرد حــول قدراتــه الذاتيــة **Self efficacy** ومهاراتــه الضرورية للتحول إلــى هــذا الســلوك فــى إطــار الظــروف المحيطــة **(Fishbien, M. 1997: 83)**.

٤- نظرية الغرس Cultivation Theory:

تعتبر نظرية الغرس محاولة ذات أبعاد نظرية وإمبيريقية لفهم النتائج المترتبة على الحياة فى عالم الرموز والبيئة الثقافية التى يقدمها التليفزيون، حيــث تعمــل النظرية على تحديد المدى الذى يصل إليه أولئك الذين يشاهدون التليفزيون بصورة مكثفة فى تكوين مفاهيم عن الواقع الاجتماعى، فمداومة التعرض للتليفزيون تجعل من كثيفى المشاهدة أكثر قابلية لإدراك العالم الحقيقى بطرق مشابهة لمــا تعكســه معظم الأنماط الثابتة والمستقرة فى عالم التليفزيون.

وتقوم نظرية الغرس على ستة مبادئ نظرية هى:

١. التليفزيون وسيلة فريدة تحتاج إلى مدخل خاص لدراستها.

٢. رسائل التليفزيون تشكل نظاماً متجانسا هو التيار السائد فى ثقافتنا.

٣. مضمون رسائل التليفزيون يقدم مفاتيح أو علامات للغرس.

٤. تحليل الغرس يركز على مدى إسهام التليفزيون فى تحقيق الانسجام بين أفـراد المجتمع ككل.

٥. تزيد المستحدثات التكنولوجيا من تأثيرات الغرس.

٦. تحليل الغرس يركز على النتائج الخاصة بشيوع الاستقرار والانسجام فى العالم التليفزيونى **(Gerbner, G. 1990: 260)**.

ويعتبر "السلوك العدوانى" و "الاعتقاد فى وضاعة الحياة وخطورتهـا **Mean and Dangerous World"** و "الخوف من الوقوع ضحية لأعمال العنف" و "عـدم الثقة فى الناس" و "الشعور باليأس" والاعتقاد فى عدم وجود معايير تحكـم سـلوك الناس "الأنوميا" و "الاغتراب" هى أهم الموضوعات البحثية فى نظريـة الغـرس **(Morgan, M. & Signorielli, S. 1990: 19)**.

وللنظرية تطبيقات متعددة خارج الولايات المتحدة الأمريكية، فقد تم اختبـار فروضها فى انجلترا والسويد وهولندا وهونج كونج وكوريا والأرجنتين وإسرائيل، **(Morgan, M. 1990: 225-248)**.

٥- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ينسب هذا النموذج إلى ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش اللذين أشارا إلـى أنه كلما ازداد المجتمع تعقيداً زاد اعتماد الأفراد على وسـائل الإعـلام لاسـتيفاء معلوماتهم وإن كان الأفراد يختلفون - من وجهة نظـر البـاحثين - فـى معـدل الاعتماد على وسائل الإعلام بوجه عام وعلى كل وسيلة من هذه الوسائل على حدة **(ملفين ديفلير، ساندرا روكيتش ١٩٩٣، ٤١٤)**.

ويرى الباحثان ضرورة التفرقة بين مفهومين أساسيين فى دراسـة تـأثيرات رسائل الإعلام على الإطار المعرفى للجمهور:-

الأول: استخدامات الوسيلة أو التعرض لها: ويعنى الزمن أو الوقت الذى يخصصه الفرد للوسيلة.

الثاني: الاعتماد على الوسيلة: وتعنى الاعتماد على الوسيلة لاستقاء المعلومات، أى درجة أهمية الوسيلة للفرد كمصدر للمعلومات (**ملفين ديفلير – ساندرا روكيتش: ١٩٩٣: ٤١٤**).

وتتعدد التأثيرات الإدراكية والعاطفين التى يطرحها مدخل الاعتماد كأساس للتأثير على الأفراد المعتمدين على معلومات وسائل الإعلام فى المجتمع، ويمكن تحديدها كما يلى:-

(أ) تأثيرات معرفية إدراكية: حيث تمدنا وسائل الإعلام بتدفق لا نهائى عن الأحداث والموضوعات والأشخاص مما يساعد الجماهير على تكوين اتجاهات نحو تلك الأشياء من خلال العمليات الانتقائية التى يقوم بها الأفراد.

(ب) تأثيرات عاطفية ووجدانية: حيث تؤثر وسائل الإعلام على مشاعر الناس واستجاباتهم العاطفية.

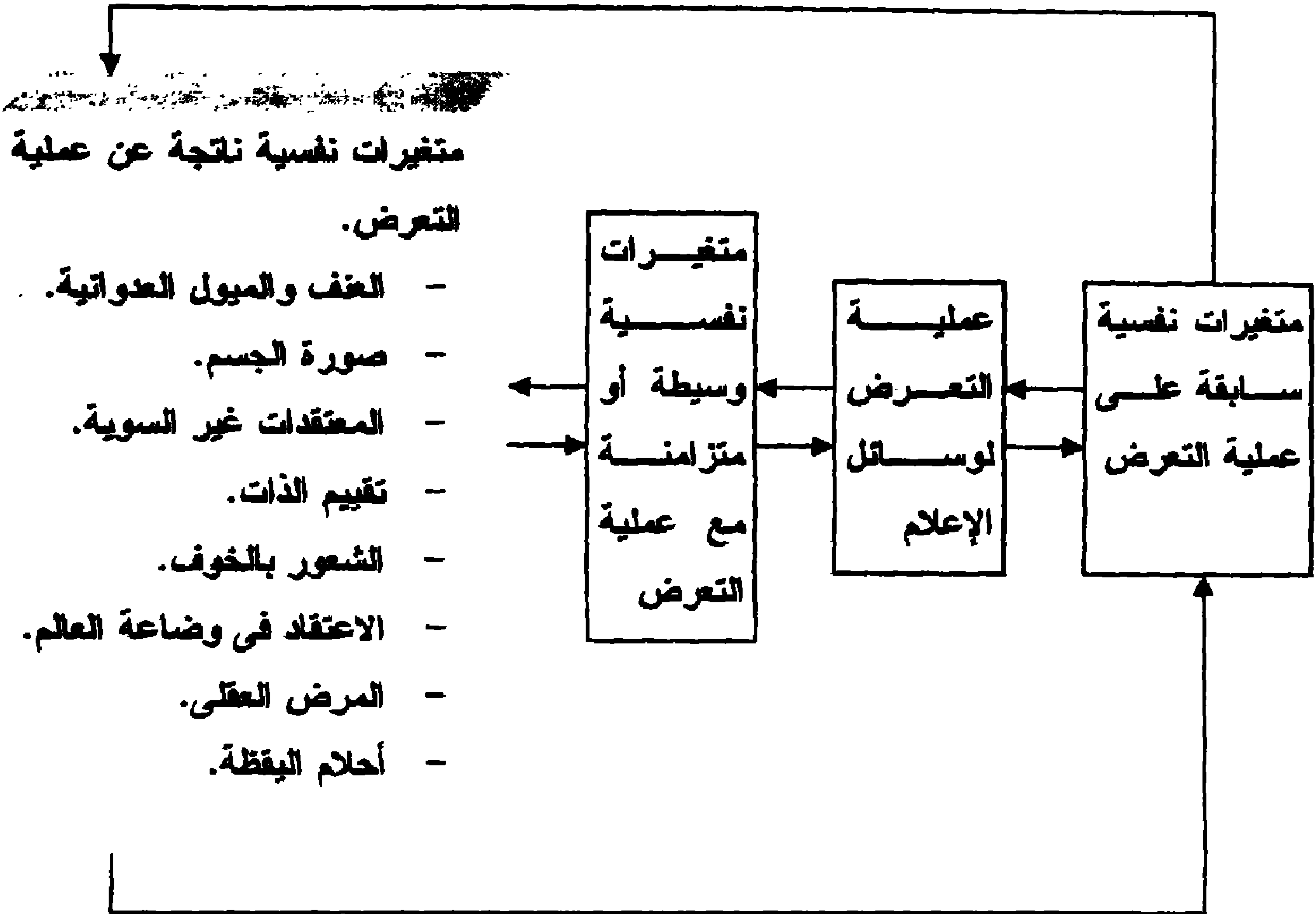
(ج) تأثيرات سلوكية: حيث يؤثر التغيير فى الاتجاهات والاعتقادات على السلوك العلنى (الظاهر) باعتبار السلوك أو النشاط هو المنتج النهائى للإدراك والتأثيرات العاطفية (**Loges, W. & Rockeach, S. 1993: 602**).

ثانيا: التوجهات الإمبيريقية لدراسات المحور الثالث:

يوضح الشكل التالى موقع الدراسات الخاصة بالمحور الثالث فى التصور الافتراضى لمكونات العملية الاتصالية:

شكل رقم (٦)

الاتجاهات الإمبيريقية فى دراسات المحور الثالث



ويمكن الإشارة إلى بعض الدراسات الحديثة على النحو التالى:

١- التعرض للتليفزيون والميول العدوانية والعنف:

على الرغم من كثرة الدراسات التى تناولت العلاقة بين التعرض للتليفزيون (وما يعرضه من مواد عنيفة) والميول العدوانية ومستوى العنف لدى الجمهور (لاسيما الأطفال) وعلى الرغم من تعدد النظريات والمقاربات والنماذج المفسرة لهذه العلاقة والمحددة لاتجاهها، وعلى الرغم، أيضاً، من تنوع المناهج والأساليب والأدوات التى استخدمها الباحثون فى دراسة هذه العلاقة فإن نتائج هذه الدراسات، على كثرتها وتعدد مداخلها وتنوع مناهجها لم تقدم إجابة قاطعة ومحددة لهذا الموضوع.

ويمكن – بصفة عامة – تقسيم هذه الدراسات وفق نتائجها إلى ثلاثة أقسام:-

أ- دراسات تشير نتائجها إلى أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين حجم التعرض للتليفزيون والميول العدوانية لدى الأطفال والمراهقين.

ب- دراسات تشير نتائجها إلى أن هناك علاقة ارتباطية ضعيفة بين حجم التعرض للتليفزيون والميول العدوانية لدى الأطفال والمراهقين.

ج- دراسات تشير نتائجها إلى عدم وجود علاقة بين المتغيرين.

وقد أجريت العديد من الدراسات الشارحة (التحليلية من المستوى الثانى Meta Analysis) التى تحلل نتائج الدراسات الخاصة بالعنف فى فترات زمنية متباينة ويمكن الرجوع إلى هذه الدراسات للتعرف على أهم نتائج الدراسات فى هذا المجال الحيوى. ومن هذه الدراسات:

- دراسة أنديسون Andison (١٩٧٧) والتى حلل فيها نتائج دراسات العنف فى الفترة من ١٩٥٦-١٩٧٦م (Andison, F. 1977: 314-331).
- دراسة هيرولد Heorold (١٩٨٦) والتى حلل فيها نتائج ١٦٨ دراسة أجريت فى مجال العنف (Heorold, S. 1986: 66-135).
- دراسة وود وآخرون Wood et al (١٩٩١) والتى حلل فيها نتائج ٢٣ دراسة استخدمت المنهج التجريبى فى مجال العنف (Wood, W. et al 1991: 371-383).
- دراسة بيك وكومستوك Paik & Comstock (١٩٩٤) والتى حلل فيها نتائج ٢١٧ دراسة أجريت فى مجال العنف (Paik, K. & Comstock, G. 1994: 516-546).
- دراسة هوجبن Hogben (١٩٩٨) والتى حلل فيها نتائج ٣٠ دراسة حديثة أجريت فى مجال العنف (Hogben, M. 1998: 220-247).

وتشير نتائج الدراسات السابقة (قديمها وحديثها) إلى أن الاتجاهات الثلاثة للدراسات فى مجال العنف لم تتغير وأنه لا توجد إجابة قاطعة حتى الآن للسؤال الذى واجه الباحثين منذ ظهور التليفزيون وهو: هل يتسبب العنف المقدم فى التليفزيون فى زيادة الميول العدوانية والعنف لدى المستقبلين لاسيما الأطفال والمراهقين ؟

٣- الشعور بالخوف من الوقوع ضحية لأعمال العنف Fear of Being Victimized

فى دراسة أجراها سباركز وأوجلز **Sarkes & Ogles** (١٩٩٠) واستهدفت إقامة الدليل الإمبيريقى على وجود اختلاف بين الخوف من الوقوع ضحية لأعمال العنف واحتمال أن يقع الإنسان ضحية بالفعل وعلاقة ذلك بحجم التعرض للتليفزيون، وجد الباحثان أن هناك علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للتليفزيون والخوف من الوقوع ضحية لأعمال العنف **(Sparkes, G. & Ogles, R. 1990: 351-358)**.

وفى دراسة لاحقة للباحثين أنفسهما (١٩٩٤) وجدا العلاقة ذاتها وأن اختلفت شدتها **(Ogles, R. & Parkes, G. 1994: 51-61)**.

وفى دراسة أجرتها سارة استكهولز (١٩٩٨) **Eschholz** التى حللت فيها أنماط العنف فى البرامج التليفزيونية الأمريكية ثم أعقبت ذلك بإجراء استبيان مع عينة حجمها ١٤٩٠ مراهقاً وذلك لقياس العلاقة بين حجم التعرض لبرامج العنف فى التليفزيون والشعور بالخوف من الوقوع ضحية لأعمال العنف والجرائم، وجدت الباحثة أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين حجم التعرض ومستوى الشعور بالخوف، وأن هذه العلاقة تزداد شدتها لدى الأفراد الذين يشاهدون المضامين الخيالية **Fantazy (Eschholz, S. 1998: 1781)**.

وفى دراسة أجراها نيوهاجين **New Hagen** (١٩٩٨) على عينة حجمها ٤٢ مفردة (باستخدام التصميم العاملى ٤×٤×٤) وذلك لدراسة العوامل المؤثرة على تذكر المراهقين لمضامين النشرات الإخبارية، وجد الباحث أن المضامين الإخبارية

الأكثر تذكراً من قبل عينة الدراسة هي تلك المضامين التي تحتوى على مشاهد معينة وهي:-

المشاهد التي تثير الغضب Anger.

المشاهد التي تسبب الشعور بالخوف Fear.

المشاهد التي تسبب الشعور بالاشمئزاز (New Hagen, J. 1998: 256-276) Disgust.

وفي دراسة أجراها جوزلين ودي جيوز Gosselin & De Guise (٢٠٠٠) وجد الباحثان أن هناك علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للتليفزيون في كندا ومستوى الخوف من الوقوع ضحية لأعمال العنف. وإن كانت شدة العلاقة – وفق ما يشير الباحثان أضعف من مثيلتها في الولايات المتحدة (Gosselin, A. et al 2000: 1-18).

وعلى العكس من النتائج السابقة والتي تشير إلى أن التعرض للتليفزيون هو "المتغير المستقل" فقد ذهب مينبو Minnebo (٢٠٠٠) في دراسته التي أجراها على ٣٢٨ طالباً جامعياً إلى أن الأكثر شعوراً بالخوف هم الأكثر تعرضاً للتليفزيون، أي أن الشعور بالخوف هو دافع للتعرض وسابق عليه (متغير مستقل) وليس نتيجة له أو مترتباً عليه (متغير تابع) (Minnebo, J. 2000: 125-141).

٣- تقدير الذات Self Esteem:

في دراسة أجراها رينيه ستيل Renee Settle (١٩٩٥) على عينة حجمها ٥١ من الأمريكيين من أصل أفريقي وذلك لاختبار العلاقة بين حجم التعرض للدراما الأمريكية ومستوى تقدير الذات لدى هؤلاء المبحوثين، وجد الباحث أن هناك علاقة ارتباطية عكسية، فالأكثر مشاهدة للتليفزيون أقل تقييما لذاته وتقديراً لها (Settle, R. 1995: 1050).

وفى دراسة أجراها متشل سبومر **Spomer** (١٩٩٥) على عينة حجمها ٢٢٠ مراهقاً من القوقازيين (١١٢ ذكراً + ١٠٨ أنثى) وجدت الدراسة أن الأكثر تعرضاً للتليفزيون أقل تقييما لأنفسهم باعتبارهم أقلية عرقية **Ethnic Minority** فى الولايات المتحدة **(Spomer, M. 1995: 1292)**.

وفى دراسة أجرتها متشل دى مونتيجنى **De Montigny** (١٩٩٥) على عينة حجمها ٥٤٢ من المراهقين فى ولاية فيلادلفيا الأمريكية، وجدت الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين حجم التعرض ومستوى تقدير الذات، وأن هذه العلاقة تزداد شدتها لدى الإناث مقارنة بالذكور **(De Montigny, M. 1995: 2027)**.

وفى دراسة أجرتها لين ريد **Lynn, Reed** (١٩٩٩) على عينة حجمها ١٤٥ من الطلاب الجامعيين فى الولايات المتحدة، وجدت الدراسة أن هناك علاقة عكسية – أيضاً – بين المتغيرين: حجم التعرض ومستوى تقدير الذات **(Reed, L. 1999: 4542)**.

٤- الاعتقاد فى وضاعة العالم وخطورته Mean and Dangerous World:

فى الدراسة التى أجرتها نانسى سنيوريللى **Nancy Signorielli** (١٩٩٠) فى إطار نظرية الغرس، واستهدفت اختبار العلاقة بين حجم التعرض لبرامج التليفزيون الأمريكى ومستوى اعتقاد المشاهدين وشعورهم بأن العالم الذى يعيشون فيه هو عالم وضيع **Mean** وخطر **Dangerous** ذهبت الباحثة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية متوسطة القوة بين حجم التعرض والشعور بوضاعة العالم وخطورته **(Signorielli, N. 1990: 85-107)**.

٥- المعتقدات غير السوية Paranormal Beliefs

يقصد بالمعتقدات غير السوية الإيمان بوجود بعض الظواهر الخارقة **Paranormal phenomena** والتى تضم أشياء مثل الإدراك الخارق **Extrasensory perception** والاعتقاد فى وجود البيوت المسكونة بالأشباح

Ghosts والشياطين Devils ووجود بعض الأشـــياء التـــى تطيــر Unidentified Flying objects وفكرة الإحلال و"إعـــادة التجســد" One's Spirit Leaving the Body, Travelling some Distance and Then Returning وغيرهـــا مـــن المعتقدات غير السوية.

وفى الدراسة التى أجراها سباركس ونيلسون وكامبـــل Sparkes, Nelson & Campbell (١٩٩٧) على عينة حجمها ١٢٠ (٤٦ ذكراً – ٧٤ أنثـــى) افتــرض الباحثون:-

- إن هناك علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للتليفزيون (وبخاصة المضـــامين الخيالية) والاعتقاد فى وجود الظواهر الخارقة.
- إن شدة العلاقة بين المتغيرين السابقين تشتد لدى الأفراد الذين لــديهم خبــرة سابقة أو مرورا بتجربة مماثلة.

وقد جاءت نتائج الدراسة مثبتـــة للفــرض الأول ونافيـــة للفــرض الثـــانى (Sparkes, N. et al, 1997: 345-359).

٦- المرض العقلى Mental Illness:

فى الدراسة التى أجراها جزيج فيلو Philo (١٩٩٩) على عينة حجمهـــا ٧٠ مفردة ثم تقسيمها إلى أربع مجموعات نقاش مركزة Focus Group وقام الباحـــث قبلها بتحليل مضمون عينة من الأعمال الدرامية الأمريكية للوقـــوف علـــى أهـــم السمات العقلية والنفسية لأبطالها، وجد الباحث أن ٢١% من عينة الدراسة ليس لهم خبرة مسبقة عن العنف إلا من خلال الدراما، ويعتقد ٤٠% من العينـــة أن هنـــاك علاقة بين حجم التعرض للدراما والإصابة ببعض الأمراض العقلية والنفسية مثـــل انقســـام الشخصـــية Split personality والميـــول العدوانيـــة والشـــيزوفرانيا Schizophrenia وأشار أفراد العينة إلى أن معظم معلوماتهم عن هذه الأمراض تم استقاؤها من خلال وسائل الإعلام (Philo, G. 1999: 54-61).

٧- أحلام اليقظة Day dreaming:

في الدراسة التي أجراها فـالكنبرج وديرفـورت **Valkenburg & Dervoort** (١٩٩٥) على عينة حجمها ٧٤٤ من الأطفال الهولنديين وذلك لقياس العلاقة بـين حجم التعرض لبرامج العنف في التليفزيون الهولنـدي ونوعيـة أحـلام اليقظـة **Daydreaming style** التي يحلم بها أولئك الأطفال، واستخدام الباحثـان المـنهج التتبعي الطولي **Longitudinal Method** وذلك لمدة ثلاث سنوات، خلص الباحثان إلى أن الأكثر تعرضاً للتليفزيون يغلب على أحلام اليقظة عندهم الطابع العـدواني البطولي **Aggressivw Heroic style** وقد ذهب الباحثان أيضاً إلى أن هناك علاقـة ارتباطية بين نوعية المضمون المشاهد ونوعية أحلام اليقظة (سلبية – إيجابية) لدى عينة الدراسة **(Valkenburg, P. & Dervoort, T. 1995: 267-287)**.

٨- الصورة السلبية عن الشكل والقوام Negative Body Image:

يعرض التليفزيون في برامجه ومضامينه الدرامية صـورة لجسـم الإنسـان المثالي والذي يتصف عادة بالرشاقة والنحافة، وهذا الشكل غير الواقعي قد يسـبب سخطاً لدى الكثير من المشاهدين لاسيما المشاهدات اللاتي يقارن أجسامهن بتلـك التي تعرض في التليفزيون وتكون النتيجة دائماً في صالح الأجسام التليفزيونية مما يسبب لديهن الشعور بالغضب والسخط.

ففي الدراسة التي أجراها مايرز وبيوكا **Myers a Biocca** (١٩٩٢) على عينة حجمها ٧٦ طالبة جامعية وذلك لاختبار العلاقة بين حجـم التعـرض للتليفزيـون ومدركاتهم **Perceptions** عن مقاييس الجسم الصحيحة **Body sizes** وعن صورتهن لجسمهن، وجدت الدراسة أن الأكثر تعرضاً من هؤلاء الطالبات للبرامج المتهمـة بالموضـة والإعلانـات **Body Image programming and Commercials** قد بالغوا في تقدير مقاييس جسمهن، وقد كونـوا صـورة سـلبية عـن قـوامهن **(Myers, P. & Biocca, F. 1992: 108-133)**.

وفى الدراسة التى أجراها ستيس وشاو **Stice & shaw** (١٩٩٤) وذلك على عينة حجمها ١٥٧ طالبة جامعية ثم تعريض بعضهن لمجموعة صورة فوتوغرافية لعارضات أزياء **Models** جميلات جداً، وتم تعريض بعضهن لمجموعة صور فوتوغرافية لعارضات أزياء متوسطات الجمال **Average Models**، ولم يتم تعريض المجموعة الثالثة لأى صور، وقد وجدت الدراسة أن المجموعة التى تعرضت لصور العارضات الجميلات كن أكثر ضيقاً وعدم رضا واكتئاباً **Depression and dissatisfaction** وذلك مقارنة بالمجموعة التى لم يتم تعريض أعضائهن لأى صور **(Stice, E & Shaw, H. 1994: 288-308)**.

وفى الدراسة التى أجراها ستيس وآخرون **Stice et al** (١٩٩٤) وذلك لاختبار العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام **Media Exposure** والاعتقاد فى (واستبطان) فكرة النحافة باعتبارها الشكل المثالى **The Internalization of the thin ideal**، وذلك على عينة حجمها ٢٣٨ طالبة جامعية، خلصت الدراسة إلى أن استبطان (استدخال) فكرة النحافة تتوسط **Mediated** العلاقة بين حجم التعرض وعدم الانتظار الغذائى **Eating Disorder** فى حين لم تجد الدراسة أى علاقة بين حجم التعرض واستبطان فكرة النحافة **(Stice, E. et al 1994: 836-840)**.

وفى الدراسة التى أجراها برابو ديفيد وميلسا جونسون **David & Johnson** (١٩٩٨) وذلك على عينة حجمها ١٤٤ طالبة جامعية، تم سؤال الطالبات عن تقديرهن للوزن المثالى لجسم الفتاة، وتم قياس مستوى تقدير الذات لديهن ومدى ممارستهن لنظام غذائى قاسى، بالإضافة إلى حجم تعرضهن لوسائل الإعلام، وقد خلصت الدراسة إلى أن الصورة المثالية التى تعرضها وسائل الإعلام تؤدى إلى تكوين مفاهيم خاطئة **Misperceptions** لدى الفتيات وتقلل من تقديرهن لذواتهن **(David, P. & Johnson, M, 1998: 37-58)**.

وفى الدراسة التى أجراها ماككريرى وسادافا **McCreary & Sadava** (١٩٩٩) على عينة حجمها ٣٤١ (١٢٥ ذكراً – ٢١٦ أنثى) وذلك لاختبار العلاقة

بين حجم التعرض للتليفزيون وتكوين معتقدات عن الصحة والوزن والشكل (القوام) المناسب، وجدت الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين حجم التعـرض للتليفزيـون ومدى الاعتقاد في مناسبة **Fitness** أجسام المبحوثين ورضـاهم عـن أجسـامهم **(McCreary, D. & Sadava, S. 1999: 2342-2361)**.

وفي الدراسة التي أجراها رينيه بوتا **Renee Botta** (١٩٩٩) وذلك على عينة من الفتيات المراهقات حجمها ٢١٤ فتاة (متوسط العمر = ١٧ سنة) وتم اسـتخدام مقياس الصورة الجسم **Body Mass index**، وقد وجدت الدراسة أن هناك علاقـة عكسية بين حجم التعرض والنظرة الإيجابية إلى الجسم، فالمقارنة بين صورة قوام الفتيات في التليفزيون وصورة قوام المبحوثات كانت لصالح الفتيات التليفزيونيات، وخلصت الدراسة إلى أن الأكثر تعرضاً من الفتيات للتليفزيون أقـل رضـا عـن صورتهن **(Botta, R. 1999: 22-41)**.

المحور الرابع: البيئة الاتصالية الحديثة وعلاقتها بالأبعاد والمتغيرات النفسية:

لا خلاف أن ربع القرن الأخير (من القرن العشرين) قد شهد من ألوان النمـو والتطور ما يتضاءل أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة... ولعل مـن أبـرز وجوه هذا التطور، ذلك الاندماج الذي حدث بين ظاهرتي "انفجـار المعلومـات" و "ثورة الاتصال". والمظهر البارز لانفجار المعلومات يتمثل في "المعالجـة الآليـة للمعلومات" حيث تمت الاستعانة بالحاسب الآلي في تخزين واسترجاع خلاصة مـا أنتجه الفكر البشري، في أقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن، أما "ثورة الاتصـال" فقد تجسدت في "معالجة المعلومات عن بعد": وباستخدام أقمار الاتصال الصـناعية أمكن لملايين الأنباء والبيانات أن تتدفق عبر الدول والقارات والمحيطات بطريقـة فورية ومكتوبة وبالصوت والصورة (**فاروق أبو زيد** ١٩٩١: ١٠).

ولا جدال – أيضـاً – فـي أن هنـاك مؤشـرات واضـحة ودلائـل بينـة علـى أن المسـتقبل القريـب سـوف يشـهد تغيـرات جوهريـة فـي البيئـة الاتصالية، إذ ستصبح التكنولوجيـا الحديثـة – بمـرور الوقـت – أقـل تكلفـة

وأكثر قدرة على إشباع احتياجات الأفراد والمجتمعات من ذى قبل، إذ تشير بعض الدراسات إلى أنه من المتوقع أن يصل عدد مستخدمى شبكة الإنترنت عام ٢٠٠٥ إلى مليار مستخدم وأنه سيصبح هناك ٣٢٠ مليون موقعاً Home page على الإنترنت (McMillan, S. 2000: 80-98).

أما فى الوقت الحالى فتشير بعض الدراسات إلى أن هناك مائة محطة راديو وتليفزيون يمكن استقبالها عن طريق شبكة الإنترنت إضافة إلى أكثر من أربعة آلاف جريدة ومجلة تمتلك الولايات المتحدة وحدها ألفين منها (Schultz, T. 2000: 205-221).

وقد تنوعت التوجهات البحثية فى مجال البيئة الاتصالية الحديثة – الذى يعتبر الكمبيوتر هو أبرز معالمها وسماتها – وتعددت مداخلها ومناهجها:-

أ- فقد حاولت بعض الدراسات المقارنة بين استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال التقليدية ومقارنتها بالوسائل الحديثة (Stemple, G. et al 2000: 71-79).

ب- وحاولت بعض الدراسات المقارنة بين الإشباعات التى يحصل عليها الأفراد من الوسائل التقليدية بتلك التى يحصل عليها من الوسائل الحديثة (Dimmick, J. 2000: 227-248).

ج- وحاولت بعض الدراسات دراسة الخصائص الإقناعية للوسائل الحديثة وتأثيراتها ومدى مصداقيتها لدى الجمهور (Johnson. T. & Kaye, B. 1998: 325-340).

د- وحاولت بعض الدراسات المقارنة بين توجهات الجمهور نحو الوسائل الحديثة فى أكثر من منطقة جغرافية (Schweiger, W. 2000: 37-59).

ه- وحاولت بعض الدراسات تحليل المضمون المقدم فى الوسائل الحديثة – كمواقع الإنترنت – ومقارنتها بالمضمون المقدم فى الوسائل التقليدية (McMillan, S. 2000: 80-98).

وحاولت بعض الدراسات دراسة البيئة الاتصالية الحديثة من منظور فلسفي مستخدمة تصورات سابقة وكاشفة عن تصورات لاحقة لما يمكن أن يكون للبيئة الاتصالية الحديثة من تأثير على الجمهور (Neumann, R. 1992: 81-115).

ولم يقف الباحثون في علم النفس الإعلامي بمعزل عن هذه التطورات، إذ سرعان ما بدأ الباحثون في طرح تساؤلاتهم وصياغة فروضهم إزاء البيئة الاتصالية الجديدة:-

- فما العوامل والمتغيرات النفسية التي تدفع الأفراد إلى تبني مستحدثات البيئة الاتصالية الجديدة وإلى استخدامها ؟
- وما المتغيرات والعوامل النفسية التي تؤثر على استجابة الفرد لما تقدمه هذه الوسائل الجديدة من مضامين وأشكال قد تختلف في كثير من جوانبها عن الأشكال والمضامين التقليدية ؟
- وما الآثار (النتائج) النفسية المترتبة، أو التي يمكن أن تترتب، على استخدام الأفراد لمستحدثات البيئة الاتصالية الجديدة ؟

وقبل أن نجيب على هذه التساؤلات، من واقع نتائج الدراسات في هذا المجال، ينبغي الإشارة إلى الملاحظات التالية:-

أ- إن الباحثين الإعلاميين في دراستهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة قد انطلقوا من الأطر النظرية ذاتها التي استخدموها في دراسة وسائل الإعلام التقليدية، ولم يحاولوا تطوير نظريات تتناسب مع البيئة الاتصالية الجديدة أو صياغة فروض تتواءم معها وتتلاءم مع معطياتها.

ب- إن الدراسات القليلة التي درست علاقة تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالمتغيرات النفسية قد ركزت على الأبعاد نفسها التي ركزت عليها الدراسات السابقة في مجال الدراسات الإعلامية التقليدية (الوحدة، القلق، تقييم الذات...).

ج- إن هذه الدراسات قد استخدمت المناهج والأساليب والأدوات ذاتها التي استخدمتها الدراسات التي درست الوسائل التقليدية.

ويمكن فيما يلي عرض لأهم نتائج الدراسات السابقة في هذا المجال.

الكمبيوتر (والإنترنت) وعلاقتهما ببعض الأبعاد النفسية:

يمثل دخول تكنولوجيا الحاسبات الشخصية إلى المجال الاتصالي أحد نقاط التحول المهمة في مراحل تطور عملية الاتصال الجماهيري وذلك من حيث قدرته على تذويب الحدود الفاصلة بين وسائل الاتصال الجماهيري بشكلها التقليدي، وذلك من خلال أنظمة الوسائل الاتصالية المتعددة **Multi Media** حيث تم دمج كافة معطيات الوسائل الاتصالية (الصحيفة الإليكترونية – الكتاب الإليكتروني – الإذاعة – الكاسيت – التليفزيون – الفيديو – البريد الإليكتروني) في إطار جهاز اتصالي واحد هو الكمبيوتر (**شاهيناز بسيوني ١٩٩٧: ٢٩**).

ويلعب الكمبيوتر دوراً أساسياً في تطوير العملية الاتصالية وتحسينها وتسريعها، فهو لم يعد أداة لتخزين المعلومات واسترجاعها بل وسيلة اتصال **(Roscoe, T. 1999: 674)**.

وقد أجريت العديد من الدراسات حول الكمبيوتر وعلاقته بالأبعاد النفسية يمكن توضيح أهم نتائجها على النحو التالي:-

١- الدوافع النفسية لاستخدام الكمبيوتر والإنترنت:

وفقا لنظرية الانتشار **Diffusion Theory** فإن تبني الأفكار المستحدثة يعد انعكاساً للنزعة الإبتكارية **Innovativeness** لدى الفرد أو الرغبة في تجربة المنتجات الجديدة **(Atkin, D. et al 1998: 476)**. وإن كان الكمبيوتر (والإنترنت) كمستحدث له خصوصيته، حيث يحتاج إلى قدرة مالية كبيرة ومهارات فنية عالية قد لا تتوفر لكثير من الأفراد، كما أن هناك مشكلة نفسية قد تعوق تبني الأفراد لهذا المستحدث وهي خوفهم منه أو من القدرة على إجادته وهو ما يمكن تسميته بمرض الخوف من الكمبيوتر **Computer phobia (Lin, C. & Jeffers, W. 1998: 1)**.

وقد ذهب لين **Lin** (١٩٩٨) إلى أن الدافع النفسي الرئيسي وراء تبني الأفراد للكمبيوتر هو رغبتهم في ممارسة التحكم في البيئة المحيطة بهم والشعور بالأمان في البيئة **(Lin, C. 1998: 95-111)**.

وذهب جيفرس وأتكين Jeffers & Atkin (١٩٩٦) إلى أن الرغبة في الاتصال بالآخرين وتبادل الرسائل معهم Communication Needs هو الدافع الرئيسى لتبنى الكمبيوتر والإنترنت (Jeffers, R. & Atkin, D. 1996).

وذهب أتكين وجيفرس ونيوندورف Atkin, Jeffers & Neuendorf (١٩٩٨) إلى أن هناك عدة محددات لتبنى الأفراد للكمبيوتر:-

- حاجات اتصالية: وتعنى رغبة الأفراد فى الاتصال بالآخرين وفى التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة.
- علاقات تكنولوجية Technological Relations وتعنى رغبة الفرد فى أن يبدو متحضراً Modern Person يستخدم أولاً بأول آخر ما توصلت إليه التكنولوجيا، وكذلك الرغبة فى التباهى بها أمام الأصدقاء (Atkin, D. et al 1998: 475-490).

٣- الكمبيوتر والشعور بالقلق Computer Anxiety:

توجد العديد من الدراسات التى حاولت اختبار العلاقة بين القلق واستخدام الكمبيوتر (والإنترنت) دون تحديد اتجاه العلاقة بينهما. ففى دراسة مارك بروسنان Brosnan (١٩٩٨) والتى أجراها على ١١٩ طالباً أمريكياً وذلك لقياس القلق من استخدام الكمبيوتر لدى الطلاب وعلاقته بالنوع، ذهبت الدراسة إلى أن الإناث أكثر قلقاً عند استخدام الكمبيوتر من الذكور، وأن عينة الدراسة ترى أن الكمبيوتر هو وسيلة ذكورية Masculinized وليست أنثوية (Brosnan, M. 1998: 63-78).

وفى دراسة بيل مكفرسون Bill Mcpherson (١٩٩٨) والتى أجراها على ١٣٥ طالباً فى أحد مراكز الكمبيوتر فى الولايات المتحدة، وذلك لاختبار العلاقة بين نمط الشخصية Personality type (وتم ذلك باستخدام مقياس Meyers- Briggs type indicator) والقلق من استخدام الكمبيوتر (وتم ذلك باستخدام مقياس Computer Anxiety scale)، خلصت الدراسة إلى أنه لا توجد

علاقة ارتباطية بين نمط الشخصية ومستوى القلق من استخدام الكمبيوتر (McPherson, B. 1998: 21-31).

وفى دراسة ماكنيرنى وآخرون Mc Inerney (١٩٩٨) والتى أجراها على عينة مكونة من ٧٩٤ طالباً بالمدارس الثانوية فى سيدنى باستراليا، وذلك لاختبار العلاقة بين مستوى القلق من استخدام الكمبيوتر ودرجة التعلم منه وذلك باستخدام مقياس (Computer Anxiety and Learning Scale- CALM). وجدت الدراسة علاقة عكسية بين مستوى القلق ودرجة التعلم من الكمبيوتر (McInerney, V. et al 1998: 13-17).

٣- الكمبيوتر وتقدير الذات Self Esteem

فى الدراسة التى أجراها هوران Horan (١٩٩٦) على عينة من التلاميذ فى المرحلة الابتدائية حجمها ٥٦ تلميذاً وتلميذة، وذلك لقياس العلاقة بين استخدام الكمبيوتر وتقدير الذات لدى التلاميذ، قسم الباحث التلاميذ إلى مجموعتين، مجموعة يتم التدريس لها بالطرق التقليدية والأخرى يتم التدريس لها باستخدام الكمبيوتر، وقد وجد الباحث أن المجموعة التى استخدمت الكمبيوتر كان مستوى تقدير الذات لديهم أعلى من مثيله، وبفروق دالة، لدى المجموعة الأولى (Horan, J. 1996: 371-375).

وفى الدراسة التى أجراها كوهلر وتريمبوب Koahler & Trimpop (١٩٩٦) وذلك على عينة قدرها ٢٠٠ طالباً جامعياً فى ألمانيا، خلصت الدراسة إلى أن:-

- مستخدمى CMC (Computer Mediated Communicators) يميلون إلى الاعتماد على مصادرهم الذاتية Inner Resources فى تكوين آرائهم أكثر من اعتمادهم على آراء الآخرين.
- مستخدمى CMC أكثر تقديراً لذواتهم Have Greater Self Esteem وأقل تأثراً بالمؤثرات الاجتماعية من الآخرين (Koehler, T. & Trimpop, R. 1996).

وفى الدراسة التى أجراها جون كولويل وآخــرون Colwell (١٩٩٥) وذلــك على عينة قدرها ١٢٠ طفلاً بريطانياً لاختبار العلاقة بين معدل اســتخدام ألعــاب الكمبيوتر Computer Games ومستوى ومستوى تقدير الذات، خلصت الدراســة إلى أن العلاقة تختلف باختلاف النوع (العلاقة بــين اســتخدام ألعــاب الكمبيــوتر ومستوى تقدير الذات لدى الإناث علاقة عكسية) وكذلك باختلاف مستوى التفاعــل الاجتماعي للأفراد Social interaction (Colwell, J. et al, 1995: 195-206).

٤- الكمبيوتر ومفهوم الذات Self Concept:

فى الدراسة التى أجرتها جين فونك ودبــرا بوتشــمان Funk & Buchman (١٩٩٦) لاختبار العلاقة بين مفهوم الذات لــدى المــراهقين واســتخدام ألعــاب الكمبيوتر وألعاب الفيديو وذلك على عينة قدرها ٣٥٧ تلميذاً فى المرحلة الإبتدائية، وتم تطبيق مقيــاس هــارتر لمفهــوم الــذات Harter Self-perception profile وتضمنت اســتمارة الاســتبيان علــى متغيــرات أخــرى مثــل النــوع/ تعلــيم الأم/ الوقــت المخصــص لألعــاب الكمبيــوتر داخــل المنــزل وخارجــه أسبوعياً، وأسماء أكثر ثلاثة ألعاب يفضلها المبحــوث، خلصــت الدراســة إلــى أنه لا توجد علاقة دالة بين متغير مفهوم الذات ومعدل استخدام ألعــاب الكمبيــوتر (Funk, J. & Buchman, D. 1996: 19-32).

وفى الدراسة التى أجراها تام سينج فارى Tam Sing Fai (١٩٩٦) فى هونج كونج عن علاقة مفهوم الذات باستخدام الكمبيوتر وعلى تعلم المهارات الخاصة به وذلك على عينة من المعاقين جسديا Physical Disability وجدت الدراسة إلــى أن مفهوم الذات الإيجابى يعتبر عاملاً مهماً ومؤشراً قوياً فى مدى التعلم والاستفادة من الكمبيوتر (Tam Sing Fai, 1996: 185-192).

٥- الكمبيوتر وأنماط الشخصية Personality Types

فى الدراسة التى أجراها مون وناس Moon & Nass (١٩٩٦) وذلك لاختبار العلاقة بين نمط الشخصية الإنسانية ومدى الجاذبية والإنجذاب نحــو الشخصــيات

الكومبيترية Computer personalities أى تلك الشخصيات التى تظهر فى ألعاب وبرامج الكمبيوتر، وتم تطبيق الدراسة على ٤٨ طالباً وطالبة فى إحدى الجامعات الأمريكية، خلصت الدراسة إلى:-

- إن الأفراد عينة العينة يميلون إلى شخصيات الكمبيوتر التى تتماثل معهم فى الخصائص (Similarity- Attraction Hypothesis).
- إن هذا الميل يؤدى إلى شعور الأفراد بالراحة النفسية.
- تتشابه الاستجابات النفسية التى يستجيب بها الشخص للشخصيات الكمبيوترية مع استجاباته مع الأفراد الحقيقيين (Moon, Y. & Nass, C. 1996: 651-674).

أما الدراسة التى أجراها بيل مكفرسون McPherson (١٩٩٨) على عينة قدرها ١٣٥ طالباً جامعياً، وذلك لتحليل أنماط الشخصية وعلاقتها بمستوى القلق من استخدام الكمبيوتر، فقد ذهبت إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة بين المتغيرين (Mcpherson, B. 1998: 21-31).

٦- الكمبيوتر والكفاءة الذاتية Self Efficacy

فى الدراسة التى أجراها بروسنان Brosonan (١٩٩٨) وذلك على عينة حجمها ٥٠ طالباً جامعياً فى الولايات المتحدة (متوسط العمر – ٢١) وذلك لاختبار العلاقة بين مستوى الشعور بالكفاءة الذاتية للفرد ومستوى القلق من استخدام الكمبيوتر Computer Anxiety، خلص الباحث إلى أن هناك علاقة عكسية بين المتغيرين، فالأكثر شعوراً بالكفاءة الذاتية أقل قلقاً من استخدام الكمبيوتر (Brosonan, M. 1998: 223-234).

٧- الكمبيوتر و الوحدة النفسية Loneliness:

فى الدراسة التى أجرتها نيكولا دورينج Nicola Doering (١٩٩٦) تحت عنوان "هل شبكات الكمبيوتر تؤدى إلى الشعور بالوحدة ؟ "وتم تطبيقها على ٣٥٠ مستخدماً للإنترنت فى ألمانيا (متوسط العمر = ٢٧ عاماً) وتم ملء الاستمارات عن

طريق الإنترنت، وجدت الباحثة من تحليل بيانات الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل استخدام الإنترنت ومستوى الشعور بالعزلة الاجتماعية والوحدة النفسية. وإن كانت الدراسة لم تحدد اتجاه العلاقة بين المتغيرين (Doering, N. 1996: 289-307).

وفي الدراسة التي أجرتها جارسيا ديكن Garcia Dicken (١٩٩٨) أكدت بيانات الدراسة النتيجة السابقة، حيث ذهبت الدراسة إلى أن الأفراد الذين يقضون أوقاتاً طويلة مع الإنترنت يشعرون بالعزلة الاجتماعية وبقلة التفاعل الاجتماعي مع الآخرين (Dicken, G. 1998: 1-5).

وفي الدراسة التي أجراها كارلو هوجز Carlo Hughes (١٩٩٩) وذلك لاختبار العلاقة بين معدل استخدام الإنترنت والشعور بالوحدة لدى الطلاب الجامعيين، وتم تطبيق الدراسة على عينة حجمها ٣٢٠ مبحوثاً خلص الباحث إلى أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية دالة بين معدل استخدام الإنترنت ومستوى الشعور بالوحدة النفسية، وأن شدة هذه العلاقة تزداد لدى الذكور أكثر من الإناث (Hughes, C. 1999: 579).

٨- الاستخدام المرضي للإنترنت Pathological Internet Use

في الدراسة التي أجراها موراهان مارتين وسكومتشر Martin & Schumacher (٢٠٠٠) وذلك على عينة قدرها ٢٧٧ طالباً جامعياً (متوسط العمر = ٢٠,٧٢ عاماً) وذلك لدراسة الاستخدامات غير الطبيعية (المرضية) للإنترنت لدى عينة الدراسة. خلص الباحث إلى:-

- الذكور أكثر استخداماً للإنترنت بطريقة مرضية من الإناث.
- إن أكثر استخدامات الإنترنت لدى الذكور - عينة الدراسة - هي برامج المحادثات Chatting والألعاب.
- إن الأكثر استخداماً للإنترنت بطريقة مرضية هم الأكثر شعوراً بالعزلة الاجتماعية والوحدة (Martin, M. & Schumacher, P. 2000: 13-29).

٩- الكمبيوتر وإدراك قيمة الحياة Quality of Life

تشير كثير من الدراسات إلى أن هناك علاقة ارتباطية عكسية بين حجم تعرض كبار السن لوسائل الإتصال التقليدية (لاسيما التليفزيون) ومستوى تقدير الذات عند كبار السن، فالأكثر تعرضاً أقل تقييما لذاته وأكثر تبرماً بالحياة وضيقاً بها (**نائلة عمارة ١٩٩٩: ١٠٥**).

فهل يمكن للتكنولوجيا الحديثة أن تغير من هذه العلاقة وأن تجعل كبار السن أقل تبرما بالحياة وأكثر سعادة بها ؟

فى الدراسة التى أجرتها هيدى وايت وآخرون **Heidi White et al** (١٩٩٩) واستخدمت المنهج التتبعى الطولى وذلك على عينة حجمها ١٥ من كبار السن، وجدت الباحثات أن استخدام كبار السن لشبكة الإنترنت واندماجهم فى عالم الكمبيوتر قد ساعدهم على التخلص من حالة الضيق وجعلهم أكثر إدراكاً لقيمة الحياة (**White, H. et al 1999: 1-15**).

المحور الخامس: *اتجاهات الدراسات العربية فى علم النفس الإعلامى فى التسعينيات*:

تعتبر تجربة كلية الإعلام بجامعة القاهرة فى مجال الدراسات الإعلامية تجربة رائدة على مستوى مصر والوطن العربى وذلك لقدم هذه التجربة ولتضمنها أعمال عدد كبير من أساتذة الإعلام ودارسيه الذين كان لهم الفضل فى توجيه البحث الإعلامى نحو أهداف وغايات قل تحقيقها فى أماكن أخرى. ويمكن القول بصفة عامة إن معظم الاتجاهات البحثية العربية فى مجال الإعلام قد خرجت من عباءة هذه المدرسة الرائدة.

وبناء على هذا فقد تم حصر كل رسائل الماجستير والدكتوراه التى أجريت فى قسم الإذاعة بكلية الإعلام خلال فترة التسعينيات (١٩٩٠-٢٠٠٠) (٥٥ رسالة ماجستير + ٣٢ رسالة دكتوراه).

ومن خلال حصر كل الدراسات التى تم نشرها فى مجلة بحوث الاتصال (أحد عشر عدداً: ١٠٥ دراسة محكمة) والمجلة المصرية لبحوث الإعلام (ثمانية أعداد: ٤٤ دراسة محكمة) والمجلة المصرية لبحوث الرأى العام (ثلاثة أعداد: ١٩ دراسة محكمة).

من خلال الحصر السابق، الذى بلغت جملة الدراسات والرسائل المندرجة تحته ٢٥٥ دراسة ورسالة، تم الحصول على (٢٧) سبع وعشرين دراسة يمكن اعتبارها، بصورة كلية أو جزئية، داخلة فى نطاق علم النفس الإعلامى.

ويمكن توضيح الاتجاهات العامة لهذه الدراسات على النحو التالى:

١- دراسات تركز، بصورة جزئية، على المتغيرات النفسية الدافعة لعملية التعرض:

وتنطلق هذه الدراسات من إطار نظرى واحد وهو مدخل الاستخدامات والإشباعات، وتحاول تطبيق فروضه ودراسة المتغيرات المتضمنة فيه.

وفيما يلى قائمة بهذه الدراسات:

جدول رقم (١)

دراسات تركز على المتغيرات النفسية الدافعة لعملية التعرض

الباحث	السنة		الموضوع
ليلى حسين السيد	١٩٩٣	دكتوراه	استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإليكترونية ومدى الإشباع الذى تحققه
حسن عماد مكاوى	١٩٩٤	دراسة منشورة	التليفزيون فى حياة كبار السن
أشرف جلال حسن	١٩٩٥	ماجستير	دوافع استخدام الجمهور المصرى للإعلان التليفزيونى وإشباعاته
هبه أحمد شاهين	١٩٩٦	ماجستير	دوافع استخدام الجمهور للشبكة الإخبارية المصرية CNE
أمانى فهمى	١٩٩٧	دراسة منشورة	دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التليفزيون الدولية
دينا يحيى مرزوق	١٩٩٨	دكتوراه	استخدامات الجمهور المصرى لبرامج الفترة الصباحية فى التليفزيون والإذاعة وإشباعاته
عبد الرحيم درويش	١٩٩٨	ماجستير	دوافع المراهقين للتعرض للأفلام السينمائية والإشباعات المحققة
ليلى حسين السيد	٢٠٠٠	دراسة منشورة	احتياجات كبار السن من وسائل الإعلام

٢- دراسات تركز، بصورة جزئية، على الأبعاد والمتغيرات النفسية الوسيطة أو المتزامنة مع عملية التعرض:

وتنطلق هذه الدراسات من الأطر النظرية ذاتها التى سبق الإشارة إليها فى المحور الثانى، وإن كانت مجالات تطبيقها أقل اتساعاً وأقل تناولاً للمتغيرات النفسية مقارنة بالدراسات الأجنبية.

وفيما يلى قائمة بهذه الدراسات:

جدول رقم (٢)

دراسات تركز على الأبعاد والمتغيرات النفسية الوسيطة

الباحث	السنة		الموضوع
هشام مصباح	١٩٩٦	دكتوراه	فهم وتذكر الأخبار فى التليفزيون المصرى فى إطار النظرية تمثيل المعلومات.
حسن عماد مكاوى	١٩٩٧	دراسة منشورة	أثر الإنماء التليفزيونى فى إدارك الشباب للواقع
بارعة حمزة شقير	١٩٩٨	دكتوراه	تأثير التعرض للدراما الأجنبية على إدراك الشباب للواقع.

٣- دراسات تركز، بصورة جزئية، على الأبعاد النفسية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام:

وتكاد تندرج معظم الدراسات حول هذا المحور، وهى تنطلق جميعا من النموذج الكلاسيكى المثير – الإستجابة **S.R. Model** وتطويراته النظرية مثل نظرية الغرس الثقافى ونظرية التعلم الاجتماعى ونظريات العنف (التطهير – التدعم – النموذج المحاكاة...) وفيما يلى قائمة بهذه الدراسات.

جدول رقم (٣)

دراسات تركز على الأبعاد والمتغيرات النفسية الناتجة عن عملية التعرض

الباحث	السنة		الموضوع
ابتسام الجندى	١٩٩٣	دراسة	أثر التعرض للمضمون اللفظى فى التليفزيون على لغة الطفل
خالد عبد الجواد	١٩٩٤	دكتوراه	تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية على انحراف الأحداث
عدلى رضا	١٩٩٤	دراسة	السلوكيات التى يكتسبها الأطفال من المواد التى تعرض العنف فى التليفزيون
ماهيناز رمزى	١٩٩٤	ماجستير	العلاقة بين مشاهدة التليفزيون واغتراب الطفل المصرى
حنان عزت	١٩٩٥	ماجستير	تأثير المسلسلات الأمريكية على إدراك المراهقين للواقع الاجتماعى
عادل فهمى البيومى	١٩٩٥	دكتوراه	دور التليفزيون فى تكوين الوعى الاجتماعى ضد الجريمة
أيمن منصور ندا	١٩٩٧	ماجستير	التعرض للبث الوافد والإغتراب لدى الشباب
جيهان عبد السلام	١٩٩٧	ماجستير	أثر برامج الأطفال التليفزيونية على السلوك الاجتماعى للطفل
سوزان القلينى – هبه السمرى	١٩٩٧	دراسة	تأثير مشاهدة العنف التليفزيونى على الأطفال
سهير صالح	١٩٩٧	ماجستير	تأثير الأفلام التليفزيونية على اتجاه الشباب نحو العنف
ياسر أبو النصر	١٩٩٨	ماجستير	تأثير الدراما التليفزيونية على مستوى التطلعات لدى الشباب
أمانى الحسينى	١٩٩٨	ماجستير	تأثير مشاهدة الأطفال ذوى الظروف الصعبة لوسائل الإعلام على إدراكهم للواقع الاجتماعى
منى زين العابدين	١٩٩٩	ماجستير	دور المسلسلات العربية فى تقديم النماذج الإيجابية والسلبية للطفل
إلهام يونس أحمد	١٩٩٩	ماجستير	تأثير الإعلانات التليفزيونية على الحصيلة اللغوية للطفل
عادل فهمى البيومى	٢٠٠٠	دراسة	الدراما التليفزيونية والاتجاهات نحو العنف الأسرى
نائلة عمارة	٢٠٠٠	دراسة	تعرض المراهقين وكبار السن للتليفزيون وعلاقته بتقدير الذات وتشكيل الصور المتبادلة بينهم.

ويلاحظ على الدراسات العربية فى مجال علم النفس الإعلامى ما يلى:

١. إنه لا توجد دراسات تتعلق بالوسائل الاتصالية الحديثة (الكمبيوتر والإنترنت) فى علاقتها بالأبعاد النفسية. وإن كانت هناك دراسات متعددة تصف هذه الوسائل الجديدة (Mohamed Wafai 1991: 12-27) وتبين الاستخدامات الوظيفية لها من قبل بعض الفئات (**السيد بخيت ٢٠٠٠: ١٣٩-٢١٢**).

٢. إن الدراسات العربية فى مجملها لم تخرج عن الأطر النظرية التى وضعتها الدراسات الأجنبية فى هذا المجال، ولم يحاول الباحثون العرب بناء إطار نظرى ذى طبيعة خاصة ينطلق من معطيات الواقع العربى وسمات الشخصية العربية وينسجم مع محددات البيئة المحيطة وظروفها.

٣. إن معظم الدراسات العربية يمكن اعتبارها، ما عدا بعض الدراسات، دراسات من المستوى الثانى فى علم النفس الإعلامى، حيث لا تشير إلى الأبعاد النفسية إلا عرضاً ولا تستخدم المتغيرات النفسية إلا قليلاً.

٤. إن معظم الدراسات العربية فى مجال علم النفس الإعلامى ذات طبيعة أفقية أكثر منها رأسية وهى بشكلها الحالى لا تؤدى إلى التراكم المعرفى الذى يحققه تكثيف البحث فى موضوعات معينة.

الخلاصة

انطلاقاً من تحديد المشكلة البحثية وأهدافها المتمثلة فى رصد الاتجاهات الحديثة فى علم النفس الإعلامى والوقوف على أهم سماتها وخصائصها المضمونية والمنهجية. خلصت الدراسة إلى أن هناك ثلاثة اتجاهات نظرية وإمبيريقية راهنة تسود مجال البحث فى علم النفس الإعلامى بالإضافة إلى اتجاه رابع فى طور التشكل والاستكشاف ويحمل رؤية مستقبلية للبحث والدراسة.

الاتجاه الأول:

ويهتم بدراسة القوى والعوامل والمتغيرات النفسية التى تدفع الجمهور إلى التعرض لوسائل الإعلام وتحدد إلى حد كبير حجم تعرضه لها ومدى استفادته منها

ومقدار الإشباع النفسى الذى يحققه من تعرضه لها. وقد عرضت الباحثة فى هذا الإطار لعدد من النظريات والمقاربات والنماذج مثل نموذج الاستخدامات والإشباعات ونظرية تباين الحوافز ونموذج الاستخدامات والتأثيرات ونظرية القيمة المتوقعة. كما عرضت الباحثة لبعض الدراسات المتعلقة بالمتغيرات النفسية وعلاقتها بالتعرض مثل السمات الشخصية ومستوى الشعور بالوحدة النفسية. ومستوى الاستثارة والبحث عن الإثارة ومستوى الشعور بالقلق وكذلك وجهة الضبط.

الاتجاه الثاني:

ويهتم بدراسة العمليات والآليات النفسية التى تحدث أثناء عملية التعرض وتتزامن معها وتحدد إلى حد كبير النتائج المترتبة عليها والناتجة عنها، وقد عرضت الباحثة فى هذا الإطار لعدد من النظريات والنماذج منها النفسى المحض (نظرية التهيئة المعرفية – نظرية تمثيل المعلومات – نظرية البناء المعرفى – نموذج الوزن – التوازن لشابيرو – نموذج شروم وأوجين..) ومنها النفسى الاجتماعى (نموذج التعلم – البناء لهوكينز ونموذج العمليات الفرعية لبوتر) كما عرضت الباحثة لبعض الدراسات المتعلقة بالأبعاد النفسية الوسيطة بين عملية التعرض والتأثيرات أو المتزامنة معهما مثل متغير الاستغراق ومتغير إدراك واقعية المضمون التليفزيونى ومتغير التوحد مع الشخصيات التليفزيونية وكذلك متغير إدمان التليفزيون.

الاتجاه الثالث:

ويعتبر هذا الاتجاه هو الاتجاه الأكثر شيوعاً فى مجال دراسات علم النفس الإعلامى، وتنصب الغالبية العظمى من الدراسات حوله وحول أبعاده، ويهتم هذا الاتجاه بدراسة الآثار النفسية والمتغيرات والأبعاد النفسية المترتبة على عملية التعرض والناتجة عنها.

وقد عرضت الباحثة فى هذا الإطار لعدد من النظريات والمقاربات والنماذج الحديثة فى هذا المجال مثل نظرية تأثيرات الشخص الثالث ونظريات العنف ونظرية الغرس ونظرية الاعتماد ونظرية التعلم الاجتماعي، كما عرضت الباحثة لبعض الدراسات الحديثة فى مجال التأثيرات النفسية لوسائل الإعلام مثل العنف والميول العدوانية وإدراك صورة الجسم والاعتقادات غير السوية ومستوى تقييم الذات والشعور بالخوف ومدى الاعتقاد فى وضاعة العالم والمرضى العقليين وأحلام اليقظة...

الاتجاه الرابع:

وهو أحدث الاتجاهات البحثية وأكثرها جاذبية من قبل عدد كبير من الباحثين وهو يحمل فى داخله نواة لإطار مستقبلى يضم اتجاهات بحثية متباينة ومنطلقات نظرية متعددة، ويهتم هذا الاتجاه بالبيئة الاتصالية الحديثة التى يعتبر الكمبيوتر هو أحد دعائمها وأهم مكوناتها وقد عرضت الباحثة فى هذا الإطار لعدد من الدراسات المتعلقة بالأبعاد والمتغيرات النفسية المتعلقة باستخدام الكمبيوتر والإنترنت، ومن هذه الأبعاد القلق والشعور بالوحدة ومستوى تقدير الذات ومفهوم الذات ومستوى الشعور بالكفاءة الذاتية وعلاقته أيضاً بإدراك قيمة الحياة لدى بعض الفئات العمرية.

كما عرضت الباحثة للتجربة المصرية فى مجال علم النفس الإعلامى، وخلصت إلى أن التجربة المصرية تسير متوازية مع الاتجاهات العالمية الثلاثة الأولى وتحاول أن تطبق النظريات التى تستخدمها هذه الاتجاهات وأن تستخدم النماذج الأكثر شيوعاً منها مع التركيز على المتغيرات والأبعاد النفسية ذاتها الأكثر استخداماً من قبل الباحثين الأجانب، وإن كانت الباحثة قد لاحظت أن هناك تجاهلاً نسبياً للاتجاه البحثى الرابع من قبل الباحثين المصريين.

وبمراجعة الاتجاهات البحثية الأربعة سواء على المستوى العالمى أو المستوى المصرى خلصت الباحثة إلى الملاحظات النقدية التالية:-

١- غلبة المناهج الإمبيريقية وقلة استخدام المناهج النقدية والإنسانية:

على الرغم من الأهمية التى يوليها كثير من علماء المنهجية للمناهج الإمبيريقية والأساليب الكمية باعتبارها طرقاً للحصول على بيانات ونتائج تتمتع بمستوى عال من الموضوعية، وعلى الرغم من أهمية النماذج الطبيعية التى يحاول الباحثون فى العلوم الإنسانية تطبيقها والإقتداء بها فإن الظاهرة الإنسانية والظواهر النفسية منها بصفة خاصة من الصعوبة بمكان الإحاطة بها ودراستها بشكل كامل وموضوعى بهذه "المناهج الإمبيريقية" فالظاهرة النفسية على حد تعبير مصطفى سويف (١٩٩٩: ٦٩-٧٢) ظاهرة معقدة مما تجعلها تستعصى فى كثير من الأحيان على طرق المشاهدة النظامية فى العلوم الفيزيائية والبيولوجية ومن ثم يستلزم ابتكار طرق خاصة تناسب طبيعة هذه الظاهرة النفسية دون أن تخرج فى نهاية الأمر عن نطاق المعنى الأساسى لمفهوم المشاهدة العلمية.

كذلك فإن باحثى علم النفس يجب ألا يدرسوا الظاهرة النفسية من حيث الوجود أو العدم ولا من حيث مستوى نشاطها ولكن من حيث مستوى دلالتها فالبعد الدلالى للظاهرة النفسية هو فى معظم الأحوال محور الاهتمام والدراسة.

كذلك فإن الظاهرة النفسية مختلقه عن الظاهرة الفيزيقية، فإذا كانت الظاهرة الطبيعية كما، فإن الظاهرة الإنسانية كيفاً، وإذا أمكن التنبؤ بالظاهرة الطبيعية إذا علمنا قانونها وسيطرنا عليها فالظاهرة الإنسانية تستعصى على القانون وتتميز بحرية باطنة فيها لا يمكن التنبؤ بمجراها أو وقت وقوعها أو بأشكالها المستقبلية" (أحمد عطية ١٩٩٩: ٥٢-٥٣).

وفى المجال الإعلامى وعلى حد تعبير جيمس هالوران **Halloran** (١٩٩٨) فإن الدراسات الإعلامية التى تقوم على المناهج الإمبيريقية لا تقدم وجهة نظر متجانسة للظاهرة الإنسانية ولا تقدم رؤية كونية لها يمكن تعميمها. ومن ثم، وعلى حد تعبيره أيضاً، فإننا يجب ألا نعتبر المناهج والنتائج الكمية الرقمية هدفاً نهائياً وغاية فى حد ذاتها **an end in Themselves** ولا يجب أن تكون هذه المناهج مصدراً نهائياً لتحديد جوانب الظاهرة أو تعريفها أو الوقوف على خصائصها

وسماتها. فالظاهرة الإنسانية لا تحدث فى فراغ **Vacuum** والظاهرة النفسية على الرغم من خصوصيتها لا نستطيع دراستها بمعزل عن الظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والسياق المجتمعي العام **Social Context** والخطر – من وجهة نظر هالوران – هو أن نجد أنفسنا ونحن ندرس هذه الظواهر معزولين عن كل المواقف **Finding ourselves in a Free for all Situation Where everything goes**.

٣- كثرة الافتراضات عن العلاقات الارتباطية وقلة الاستنتاجات عن العلاقة السببية:

يكاد يتفق علماء المنهجية والإحصاء على أن هناك فروقا جوهرية بين العلاقات السببية **Causal** والعلاقات الإرتباطية **Correlation** فالعلاقات السببية تتضمن العلاقات الارتباطية، غير أن العكس غير صحيح فالعلاقات الإرتباطية لا تتضمن بأى حال من الأحوال ولا يمكننا من خلالها الإشارة إلى العلاقات السببية.

وعلى الرغم من هذه التفرقة الواضحة بين النوعين من العلاقات فإن معظم الدراسات فى مجال علم النفس الإعلامى لا تفرق بينهما فمجرد وجود علاقة إرتباطية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام ومستوى الشعور بالخوف لا يعنى أن التعرض هو السبب (المثير) وأن الخوف هو النتيجة (الاستجابة) بل يعنى أن بينهما علاقة افتراضية إرتباطية وأن هذه العلاقة قد تكون حقيقية وقد تكون زائفة، بل قد يكون مستوى الشعور بالخوف هو السبب (المثير) وأن حجم التعرض هو النتيجة (الاستجابة) ومعنى هذا أن العلاقات الإرتباطية لا تجعلنا نجزم بوجود علاقة حقيقية ولا تجعلنا على يقين من اتجاه العلاقة هل هى من (أ) إلى (ب) أم من (ب) إلى (أ)؟

وعلى الرغم من ذلك فإن الدراسات فى علم النفس الإعلامى تعتمد على العلاقات الإرتباطية فى الإشارة إلى علاقات سببية من الصعب القول بها بدون تطبيق المنهج التجريبى وهو موضوع الملاحظة التالية.

٣- كثرة استخدام المنهج التجريبي والبيئة الصناعية في دراسة الظواهر النفسية:

منذ أن حاول عالم النفس الألماني فونت (١٨٨٩) إخضاع الظاهرة النفسية للقياس المعملي وللتصميمات التجريبية وهناك سيل متدفق من الدراسات التجريبية التي يتم إجراؤها لدراسة الظواهر النفسية وقياسها وعلى الرغم من الموضوعية النسبية التي قد يتسم بها المنهج التجريبي فإن هناك اعتراضاً شديداً من قبل كثير من الباحثين على استخدام هذا المنهج في الدراسات النفسية وذلك لعدة أسباب منها:-

- إن المعمل النفسي هو بيئة صناعية جامدة لا تمثل البيئة الحقيقية المتحركة.
- إن تصميم الدراسات التجريبية قد يكون أحد أسباب الاستجابات الناتجة أكثر من المثيرات المراد قياسها.
- إن الظاهرة النفسية هي ظاهرة تراكمية مستمرة وليست لحظية ثابتة، ومن ثم فإن ما تتم دراسته قد تكون هي الانطباعات السريعة أن الانفعالات الخاطفة أكثر من التأثيرات الثابتة أو المدركات الدائمة وعلى هذا فإن نتائج كثير من الدراسات السابقة في علم النفس الإعلامي والناتجة عن دراسات تجريبية قد لا يمكننا الثقة المطلقة بها أو الاعتقاد الجازم بصحتها في ضوء الاعتبارات السابقة.

٤- التناقض الظاهر لنتائج الدراسات في علم النفس الإعلامي وتضاربها:

ويبدو ذلك التضارب بصورة واضحة في دراسات المحورين الأول والثالث، فما يعتبره باحثو الاتجاه الأول دوافع نفسية للتعرض ومحفزات للفرد للقيام بالسلوك الاتصالي يعتبره باحثو الاتجاه الثالث نتائج لعملية التعرض واستجابات نفسية يقوم بها المبحوثون تجاه المثير الاتصالي. كذلك فإن الاستجابة نفسها قد تثبت وجودها بعض الدراسات وقد تنفيها بعض الدراسات الأخرى، ولعل نتائج دراسات العنف والميول العدوانية أبرز مثال للتضارب والتناقض في مجال دراسات علم النفس الإعلامي. وقد يرجع ذلك على حد تعبير جونت لت (Gauntlet 2000) إلى وجود:-

- أخطاء فى التصميمات المنهجية أو التوجهات النظرية لهذه الدراسات.
- أخطاء فى أساليب القياس وأدواته.
- أخطاء فى تفسير النتائج المعاملات الإحصائية.

٥- اختلاف الموضوعات والاهتمامات البحثية للباحثين الغربيين والمصريين:

ويظهر هذا الاختلاف في عدة أبعاد:

- اتساع نطاق الموضوعات البحثية للباحثين الغربيين وضيقه للباحثين المصريين، فالملاحظ أن كثير من الدراسات الغربية قد اتجهت في الآونة الأخيرة إلى دراسة موضوعات، قد يعتبرها بعض الباحثين العرب من قبيل الترف العلمي، مثل دراسة "صورة الجسم"، "أحلام اليقظة"، "الاعتقاد في الأشباح والعفاريت" وغيرها من الموضوعات في علاقتها بالتعرض لوسائل الإعلام، في حين أن الباحثين المصريين لا تزال اهتماماتهم البحثية منصبة على موضوعي العنف وتشكيل الاتجاهات نحو بعض الموضوعات، وقد يكون هذان الموضوعان أكثر أهمية للإنسان العربي من دراسة الموضوعات الأخرى.
- إن الباحثين الغربيين، استجابة لظروفهم المجتمعية، قد بدءوا في دراسة موضوعات وقضايا قد تعتبر حساسة وشائكة بالنسبة للباحثين المصريين، ومن هذه الموضوعات دراسة السلوك الاتصالي للشواذ جنسيا **Gay Communities** ودراسة موضوعات مثل الجنس الآمن **Safe Sex** والتأثيرات النفسية لأفلام الجنس **Pornography** وغيرها من الموضوعات التي قد تعتبر "تابوهات بحثية" عند الباحثين المصريين.
- إن الباحثين الغربيين أكثر اهتماما من الباحثين المصريين بدراسة العوامل والمتغيرات النفسية ذات الطابع المعرفي والمستمدة من تراث علم النفس الإعلامي **Cognitive Psychology** وتوجد كثرة نسبية في هذا النوع من الدراسات إلى الحد الذى اعتبرها بعض الباحثين منظوراً فكريا **Perspective** أكثر منه موضوعاً بحثيا.

٦- تركز عينات الدراسات فى مجال علم النفس الإعلامى على الطلاب وتجاهلها لفئات عمرية ونوعية أخرى:

من الملاحظ على معظم الدراسات الحديثة فى مجال علم النفس الإعلامى أن الجمهور أو الإطار المجتمعى لها يتمثل فى فئة الطلاب بدءاً من تلاميذ المدارس الإبتدائية وصولاً إلى طلاب الجامعات. وقد يرجع اهتمام الباحثين بهذه الفئة إلى:-

- سهولة الوصول إليهم.
- التجانس النسبى فى خصائصهم السنية والعقلية.
- قلة تكلفة البحوث المطبقة عليهم مقارنة بالبحوث المطبقة على الجمهور العام.
- الأهمية النسبية لهذه الفئة العمرية والنوعية.

٧- اعتماد كثير من الدراسات الحديثة على طرق حديثة لجمع البيانات:

ومن هذه الأساليب والأدوات الحديثة:-

- المسح التليفونى **Telephone Survey**.
- المسح الإنترنتى **On line (Internet)**.
- الاعتماد على البرامج الجاهزة فى سحب العينات العشوائية **Random Digit Generating Software Program**.
- إجراء اتصالات تليفونية آلية لعينات عشوائية **Random Digit Dialing Technique**.
- الإعتماد المكثف على التقارير الذاتية **Experience Sampling Method**.

وبديهى أن استخدام هذه الأساليب وغيرها مرتبط إلى حد كبير بالتطور التكنولوجى الغربى، وهذه الأساليب يندر استخدامها فى الدراسات العربية.

٨- بدء اعتماد الدراسات في علم النفس الإعلامي على مقاييس وضعها باحثون إعلاميون:

ظلت الدراسات الإعلامية المرتبطة بمجالات نفسية لفترة طويلة تطبق المقاييس التى وضعها الباحثون فى علم النفس، واعتمدت الدراسات الأولى اعتمادا كبيراً على هذه المقاييس، غير أن التزاوج بين علمى النفس والإعلام قد أدى إلى زيادة الحاجة إلى مقاييس تجمع بين العلمين، ومن ثم بدأ الباحثون الإعلاميون فى وضع مقاييس تنبع من تخصصاتهم الإعلامية وتلبى احتياجات دراساتهم النفسية. ومن المقاييس التى وضعها الباحثون الإعلاميون:-

- مقياس البحث عن الإثارة **Sensation Seeking**.
- مقياس إدمان التليفزيون **TV Addiction**.
- مقياس القلق الاتصالى **Communication – Anxiety Inventory**.
- مقياس الإشباعات **Gratification Scale**.
- مقياس الاستغراق **Personal Involvement Inventory**.

وغير ذلك كثير من المقاييس النفسية الإعلامية.

٩- بدء ظهور اتجاه بحثى يحاول المزج بين خصائص كل من الدراسات النقدية والدراسات الإمبيريقية:

وقد خرج هذا الاتجاه البحثى من بريطانيا ومن باحثين يحاولون المزج بين المناهج الإمبيريقية الأمريكية والمناهج النقدية الإنسانية الغربية، ويركز هؤلاء الباحثون على تحليل عملية استقبال الجمهور للمضمون الاتصالى **Reception Analysis** ويطلقون على هذا الاتجاه "الاتجاه الجديد فى دراسة الجمهور **New Audience Research**. ولا يركز هذا الاتجاه على التأثيرات وإنما على الطرق التى يستقبل بها الجمهور مضمون الرسالة وكيف يفهمها ويفسرها. ويعتمد باحثو هذا الاتجاه على أساليب كيفية فى جمع البيانات مثل المقابلات المتعمقة **In-depth Interview** ومجموعات النقاش المركز **Focus Group**.

المراجع

أولا: المراجع العربية:

١. ابتسام الجندى (١٩٩٣) أثر التعرض للمضمون اللفظى للإعلانات التليفزيونية على لغة الطفل دراسة كمية كيفية، كلية الإعلام، **مجلة بحوث الاتصال**، ع٩، يوليو ١٩٩٣.

٢. أحمد عطية أحمد (١٩٩٩): **مناهج البحث فى التربية وعلم النفس رؤية نقدية**، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

٣. أشرف جلال حسن (١٩٩٥): دوافع استخدام الجمهور المصرى للإعلان التليفزيونى وإشباعاته. **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام – قسم الإذاعة.

٤. إلهام يونس أحمد (١٩٩٩): تأثير الإعلانات التليفزيونية على الحصيلة اللغوية للطفل، دراسة تجريبية. **رسالة ماجستير غير منشورة** كلية الإعلام – قسم الإذاعة.

٥. أمانى الحسينى (١٩٩٨): أثر تعرض الأطفال ذوى الظروف الصعبة للتليفزيون والسينما والفيديو وعلى إدراكهم للواقع الاجتماعى. **رسالة ماجستير غير منشورة** كلية الإعلام – قسم الإذاعة.

٦. أمانى فهمى (١٩٩٧): دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التليفزيون الدولية، كلية الإعلام **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ع٢ أبريل ١٩٩٧.

٧. أيمن منصور ندا (١٩٩٧): العلاقة بين التعرض للمواد التليفزيونية الأجنبية والاغتراب الثقافى لدى الشباب الجامعى المصرى، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

٨. السيد بخيت (٢٠٠٠): استخدام الإنترنت فى تطوير المهارات الصحفية، كلية الإعلام، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، ع٢ – أبريل، ٢٠٠٠.

٩. بارعة حمزة شقير (١٩٩٨): تأثير التعرض للدراما الأجنبية على إدراك الشباب اللبنانى للواقع الاجتماعى، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

١٠. جيهان عبد السلام (١٩٩٧): أثر برامج الأطفال التليفزيونية على السلوك الاجتماعى للطفل فى مرحلة الطفولة المتأخرة، دراسة تجريبية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

١١. حسن عماد مكاوى (١٩٩٤): التليفزيون فى حياة كبار السن، دراسة مسحية لعينة من سكان القاهرة، كلية الإعلام، **مجلة بحوث الاتصال**، ع١١، يوليو ١٩٩٤.

١٢. حسن عماد مكاوى (١٩٩٧): **أثر الإنماء التليفزيونى فى إدراك الشباب للواقع – دراسة مسحية لعينة من طلاب الجامعات المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام – كلية** الإعلام، العدد ٢ أبريل، يونيو ١٩٩٧.

١٣. حسن عماد مكاوى، ليل حسين السيد (١٩٩٨): **الاتصال ونظرياته المعاصرة**. القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

١٤. حنان عزت (١٩٩٥): تأثير المسلسلات الأمريكية الاجتماعية على إدراك طلاب المدارس الثانونية للعلاقات الاجتماعية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام. قسم الإذاعة.

١٥. خالد عبد الجواد (١٩٩٤): تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية على انحراف الأحداث: دراسة تحليلية وميدانية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

١٦. دينا يحيى مرزوق (١٩٩٩): استخدامات جمهور القاهرة الكبرى لبرامج الفترة الصباحية والإشباعات التى تحققها. ، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

١٧. زينب عبد اللطيف (١٩٩٣): الإحساس بالوحدة النفسية وعلاقته بالسلوك الكيفى لدى أبناء مؤسسة الرعاية، القاهرة، **مجلة معوقات الطفولة**، العدد الثانى.

١٨. سهير صالح (١٩٩٧): تأثير الأفلام التليفزيونية على اتجاه الشباب المصرى نحو العنف، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

١٩. سوزان القللينى، هبة السمرى (١٩٩٧): تأثير مشاهدة العنف فى أفلام الكارتون بالتليفزيون المصرى على الأطفال، كلية الإعلام، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الأول، يناير ١٩٩٧.

٢٠. شاهيناز بسيونى (١٩٩٧): علاقة الجمهور المصرى بالحاسبات الشخصية كوسائل اتصال منافسة لوسائل الاتصال الجماهيرى، **مجلة كلية الآداب**، جامعة الزقازيق، عدد ١٦.

٢١. شفيق رضوان (١٩٩٦): **علم النفس الاجتماعى**، بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

٢٢. شيماء ذو الفقار حامد (٢٠٠٠): دور المادة الإخبارية فى التليفزيون المصرى فى تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

٢٣. صالح محمد على أبو جادو (١٩٩٨) **علم النفس التربوى**. الأردن، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

٢٤. عادل فهمى البيومى (٢٠٠٠): الدراما التليفزيونية والاتجاهات نحو العنف الأسرى فى مصر، دراسة مسحية على عينة من الأزواج والزوجات فى القاهرة. كلية الإعلام، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، ع٢، أبريل ٢٠٠٠.

٢٥. عادل فهمى البيومى (١٩٩٥): دور التليفزيون فى تكوين الوعى الاجتماعى ضد الجريمة، دراسة تحليلية وميدانية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

٢٦. عبد الرحمن عدس، محى الدين توق (١٩٩٨) **المدخل إلى علم النفس**، الأردن، عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.

٢٧. عبد الرحيم درويش (١٩٩٨): تعرض المراهقين للأفلام السينمائية والإشباعات التى تحققها، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

٢٨. عبد المنعم الحفنى (١٩٩٥) **الموسوعة النفسية، علم النفس فى حياتنا اليومية**. القاهرة، مكتبة مدبولى.

٢٩. عدلى رضا (١٩٩٤): السلوكيات التى يكتسبها الأطفال من المواد التى تعرض العنف فى التليفزيون، كلية الإعلام، **مجلة بحوث الاتصال**، ع١١، يوليو، ١٩٩٤.

٣٠. فاروق أبو زيد (١٩٩١) **انهيار النظام الإعلامى الدولى**، القاهرة، مطابع الأخبار.

٣١. فرج عبد القادر طه (٢٠٠٠): **أصول علم النفس الحديث**. القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع.

٣٢. قدرى حفنى، العارف بالله الغندور (٢٠٠٠): **موضوعات فى علم النفس الإعلامى**، القاهرة، دار آمون للنشر.

٣٣. ليلى حسين السيد (٢٠٠٠): احتياجات كبار السن من وسائل الاتصال. كلية الإعلام، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، ع١، مارس ٢٠٠٠.

٣٤. ليلى حسين السيد (١٩٩٣): استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإليكترونية ومدى الإشباع الذى تحققه، دراسة مسحية لعينة من ربات البيوت، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

٣٥. ماهيناز رمزى (١٩٩٤): العلاقة بين مشاهدة التليفزيون واغتراب الطفل المصرى عن التعليم، دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ المرحلة الأولى من التعليم الأساسى، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

٣٦. محمد عبد الحميد (١٩٩٧)، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، القاهرة: عالم الكتب.

٣٧. محمود علم الدين (١٩٩٤): تكنولوجيا الاتصال فى الوطن العربى، **مجلة عالم الفكر**، مجلد ٢٣، العدد ٢، ديسمبر.

٣٨. مصرى حنورة (١٩٩٧): **الإبداع من منظور تكاملى**، القاهرة، سلسلة علم النفس الإبداعى.

٣٩. مصطفى سويف (١٩٩٩): **علم النفس، فلسفته وحاضره ومستقبله ككيان الاجتماعى**، سلسلة علم النفس فى حياتنا الاجتماعية، العدد ١، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

٤٠. ملفين ل. ديفلير، ساندرا بول روكيتش (١٩٩٣): **نظريات وسائل الإعلام**، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.

٤١. منى زين العابدين (١٩٩٩): دور المسلسلات العربية فى تقديم النماذج الإيجابية والسلبية للطفل المصرى، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

٤٢. نائلة إبراهيم عمارة (٢٠٠٠): تعرض المراهقين وكبار السن للتليفزيون المصرى وعلاقته بتقدير الذات وتشكيل الصور المتبادلة بينهما، دراسة مسحية مقارنة. كلية الإعلام، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، العدد الأول مارس ٢٠٠٠.

٤٣. هبه أحمد شاهين (١٩٩٦): دوافع استخدام الجمهور للشبكة الإخبارية المصرية **CNE**، دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

٤٤. هشام مصباح (١٩٩٦): فهم وتذكر الأخبار فى التليفزيون المصرى فى إطار نظرية تمثيل المعلومات، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

٤٥. ياسر أبو النصر (١٩٩٨): تأثير الدراما التليفزيونية على مستوى التطلعات لدى الشباب، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.

ثانيا: مراجع باللغة الإنجليزية:

1. **Anderson, D. et al (1996),** Stress life events and television viewing, Communication Research, vol. 23, no. 3.

2. **Andison, F. (1977),** TV violence and viewer aggression: A Cumulation of study results. Public Opinion Quarterly, vol. 41, no. 5.

3. ***Arnett, J.: (1991)** Heavy metal music and reckless behavior among Adolescents. Journal of Youth and adolescence, vol. 20.

4. **Atkin, D. et al (1998)** Understanding internet Adoption as Telecommunications behavior, Journal of Broad casting and electronic Media, vol. 24, no. 4.

5. **Bardac, J. (1989)** Message effects in Communication Science. London: Sage publication.

6. **Basil, M. (2000)** Mass Media and Psychology (Internet) http://www.du.edu/~mbasil/1101-wkl.html Mike Basil: socs class notes.

7. **Botta, R. (1999)** television Image and Adolescent Girls' Body Image Disturbance, Journal of communication, vol. 49, No. 2.

8. **Broach, C. et al. (1995)** TV programming and its influence on viewers perceptions of commercials: the role of program arousal and pleasantness, Journal of Advertising, vol. 24 no. 4.

9. ***Bronson, M. (1998)** The Impact of Psychological Gender, Gender-Related Perceptions, significant others, and the Introducer of technology upon computer Anxiety in students, Journal of Educational Computing Research, vol. 18, no. 1.

10. ***-------------- (1998)** The Impact of computer anxiety and self- efficacy upon performance, Journal of computer Assisted Learning, vol. 14, no. 3 (Psyclit Database).

11. **Brosuis, H. et al (1992)** The loyalty of Television Viewing: How Consistent is TV Viewing Behavior, Journal of Broadcasting & Electronic Media, vol. 36, no. 3.

12. **canary, D. and Spitzberg, B. (1993)** Loneliness and media gratification, Communication Research, vol. 20, no. 6.

13. **chapin, J. (2000)** Third- person perception and optimistic Bias Among Urban Minority- Risk Youth. Communication Research, vol. 27 no. 1.

14. **Conway, J. & Rubin A. (1991)** Psychological Predictors of Television Viewing Motivation. Communication Research. Vol. 18.

15. **Cowell, J. et al (1995)** Computer game, Self-Esteem and gratification of needs in adolescents, Journal of community and Applied social psychology, vol. 5, no. 3.

16. **David, P. & Johnson, M. (1998)** The Role of Self in Third- Person Effects about body Image, Communication Research, vol. 48, no. 4.

17. **De Montigny, M (1995)** The gender issue in the Relationship Between the self esteem and television viewing habits of young adolescents, Dissertation abstracts international, vol. 56-06A.

18. **Dicken, H. (1998)** The internet and continuing historical Discourse, Journalism and Mass communication quarterly, vol. 75, no. 1.

19. **Dimmick, J. et al (2000)** The Gratification Niches of personal Email and the Telephone, competition, Displacement and Complementarily, Communication research, vol. 27, no. 2.

20. ***Doering, N. (1996)** Are Computer Networks leading to loneliness (Abstract From Psyclit Data Base)

21. ***Dorr, A. et al (1990)** Age and Content Influences on children's perception of the Realism of Television families. Journal of Broad casting & Electronic Media, vol. 34, no. 4.

22. **Dupagne, M. et al (1999)** Impact of Question order on the Third-Person Effect. International Journal of Public Opinion Research, vol. 11 no. 4.

23. **Eschholz, S. (1998)** Television and fear of crime: The effect of content on audience perception (crime drama) Dissertation Abstracts international, vol. 59-a5A.

24. **Finn, S. (1997)** Origins of Media Exposure linking personality traits to TV, Radio, Print, and Film use, Communication Research, vol. 24, no. 5.

25. **Fishbein, M. (1997)** "Predicting, Understanding, and changing socially relevant behaviors: Lesson Learned" in Craig Mcgarty & Alexander Haslam (eds) The Message of social psychology (pp. 77-77-122) U.K.: Blakwell publishers, 2nd.

26. **Fujioka, Y. (1999)** Television portrayals and African American Stereotypes: Examination of television effects when direct contact is lacking. Journalism and mass communication Quarterly, vol. 76, no. 1.

27. **Funk, J & Buchman, D. (1996)** Playing Violent Video and Computer Games And Adolescent self-Concept, Journal of Communication, Vol. 46, no. 2.

28. **Gaumtlett, D. (2000)** Ten Things wrong with the effect model (internet) http://www.leeds.ac.uk/ics/arts-dg2.htm.

29. **Gerbner, G. (1990)** "Epilogue: advancing on the path of righteousness" in Signorielli, N & Morgan, M. (eds) Cultivation analysis: new direction of media effects research (pp. 249-262) London: Sage Publication.

30. **Gosselin, A et al (2000)** Violence on Canadian Television and some of its cognitive effects (Internet).

31. **Graber, D. (1988)** Processing the News: How people tame the information tied, N.Y.: Longman.

32. **Gunther, A. (1995)** Overrating the X – rating: the third – person perception and support for censorship of Pornography, Journal of communication, vol. 45, No. 6.

33. **Halloran, James (1998)** Mass communication research: Asking the right questions" in Hansen, A et al (eds) Mass communication research methods (pp. 9-34) London: Macmillan press LTD.

34. **Harries, M. (1999).** Correlates and Characteristics of Boredom Proneness and Boredom, Journal of applied social psychology, vol. 21, no. 3.

35. **Harrison, K. & Cantor, J. (1997)** The relationship between Media consumption and eating disorders, Journal of communication, vol. 47, no. 1.

36. **Hawkins, R. & Pingree, S. (1990)** Divergent Psychological processes in constructing social reality from mass media content in Signorielli, N. & Morgan, M. (eds) Cultivation analysis: new Direction of Media Effects Research, New York, sage Publication.

37. **Hearold, S. L. (1986)** "A Synthesis of 1,043 effect of television on social behavior "in G. Cometock (ed) Public Communication and behavior, vol. 1, London.

38. **Henriksen, L. & Jone, F (1999)** Third Person Perception and children Perceived impact of Proand anti- Smoking ads, Communication research, vol. 26, No. 6.

39. **Hoffner, C. et al (1999)** support for censorship of television violence, the role of the third – person effect and News exposure, Communication Research, vol. 26, no. 6.

40. **Hogben, M. (1998)** Factors Moderating the Effect of television Aggression on viewer Behavior, Communication Research, vol. 25, no. 2.

41. **Horan, J. (1996)** Effects of computer- Based Cognitive Restructuring on rationally Mediated Self-esteem, Journal of counseling psychology vol. 43 no. 4.

42. **Hughes, C. (1999)** The relationship of use of the internet and loneliness among college students, Humanities & Social Sciences vol. 60, no. 3, p. 579.

43. **Johnson, T. & Kaye, B. (1998)** Cruising is Believing ? Comparing internet and traditional sources of Media Credibility Measures Journal of broadcasting & Electronic Media, vol. 75, no. 2, pp. 325-340.

44. **Jones, M. & Jones, E. (1999)** Mass Media. London, Macmillan Press LTD.

45. **Koehler, T. and Trimpop, R. (1996)** Self-Esteem and Self reference in Computer mediated communication paper presented at the annual convention of the American psychological Association (Eric database).

46. **Krcmar, M. & Greene, K. (1999)** predicting Exposure to and uses of television violence, Journal of communication. Vol. 49, no. 3.

47. **Kubey R. & Ciksentmihalyi, M. (1990)** Television and the quality of life: How viewing Structures Everyday Experience, Hillsdale, N.J.: Lawrence Elbaum.

48. **Kubey, R. (1996)** On not finding media effects: conceptual problems in the notion of an active audience and its landscape N.Y.: West view press.

49. **Lamude, K. et al (1995)** Compliance- gaining tactics of locus of control- scoring television viewers, Psychology Reports, vol. 76, no. 2.

50. **Lang, A. et al (1995)** The effects of emotional arousal and valence on TV. Viewers cognitive Capacity and Memory, Journal of broadcasting & Electronic media. Vol. 39, no. 3.

51. **Lang, A. (2000)** The limited Capacity Model of Mediated Message processing, Journal of Communication, vol. 50 no. 1.

52. **Lin, C. & Jeffres L. (1998)** Factors Influences the adoption of multimedia cable Technology, Journalism and mass communication Quarterly, vol. 75 no. 2.

53. **Lin, C. et al (1998)** Exploring ersonal computer adoption Dynamics, Journal of Broadcasting & Electronic Media, vol. 42 no. 1.

54. **Linz, D. & Donnerstein, E. (1989)** "The effects of violent message in the mass media "in Bradac, James (eds) Message effects in Communication Science (pp. 263-293) London: sage Publication.

55. **Loges, W. & Rockeach, S. (1993)** Dependency relations and newspaper readership, Journalism Quarterly vol. 70, no. 3.

56. **Macmillan, S. (2000)** The microscope and the moving target: the challenge of applying content analysis to the world wide web, Journalism & Mass communication Quarterly, vol. 77, no. 1.

57. **Marton, T. & Duck, J. (2000)** Social Identity and Media Dependency in the gay community, the predictions of safe sex Attitudes, Communication Research, vol. 27 no. 4.

58. **McCreary, D. & Sadva, S. (1999)** Television viewing and self-Perceived Health, Weight, and Physical Fitness: Evidence for the cultivation Hypothesis, Journal of Applied Social Psychology vol. 29, no. 11.

59. **Mcgarty, C. & Haslam, A. (1997).** The Message of Social Psychology, Perspectives on Mind in Society, UK: Blackwell Publishers LTD.

60. ***Mcinerney, V. et al (1998)** The Designing of calm computer Anxiety and Learning Measure: Validation of a Multidimensional measure of Anxiety and cognition relating to Adult Learning of computing shills using structural, Paper presented at the annual meeting of the American Educational Research (Eric Data base).

61. **Mcleod, D. Et al (1997)** Support for censorship of violent and Misogynic Rap Lyrics, an Analysis of the Third-Person Effects, Communicatio Research, vol. 24, no. 2.

62. **Mcllwraith, R. (1998)** I'm addicted to television: The personality, Imagination, and TV. Watching patterns of self- identified TV. Addicts, Journal of broad casting & Electronic Media, vol. 42. N.2.

63. **Mcmillan, S. (2000)** The Microscope and the moving target: The challenge of appling content analysis to the World wide web, Journalism and Communication Research vol. 77. no.1.

64. ***Mcpherson, B. (1998)** An Analysis of Personality Types and Computer Anxiety among students Enrolled in Microbased Computer Literacy, Office System Research Journal, vol. 16, no. 1.

65. **Mcquail, D. and Windahl, S. (1993)** Communication Models for the Study of Mass Communication,London: Longman.

66. **Mcquail, D. (1994):** Mass Communication theory: An Introduction. London: Sage Publications.

67. **Minnebo, J. (2000)** Fear of Crime and television use: A uses and Gatifications Approach, The European Journal of communication research. Vol. 25, no. 2.

68. **Mohamed. Wafai (1991)** Computer technology and Mass Media Consumption, Faculty of Mass Communication, Communication Research vol. 4.

69. **Moon, Y and Nass, C. (1996)** How Real are computer personalities ? Psychological responses to personality types in human – computer international, Communication Research, vol. 23 no. 6.

70. ***Morahan, M. & Schumacher, D. (2000)** Incidence and correlates of pathological internet use among college students, Computer in Human Behavior, vol. 16, no. 1, pp. 13-39.

71. **Morgan, M. & Signorielli, N. (1990)** "Cultivation analysis: Conceptualization and methodology" in sinynorielli, N. & morgan, M. (eds) Cultivation Analysis: New direction of media effects research, London: Sage Publication.

72. **Morgan, M. (1990)** "International Cultivation Analysis" in Signorielli, N. & Morgan, M. (eds) Cultivation Analysis: New Direction of media Effects research (pp. 225-248) London: Sage Publication.

73. **Morton, T. & Duck, J. (2000)** Social Identity and Media Dependency in the Gay community, the prediction of safe sex attitudes, Communication Research, vol. 27, no. 4, pp. 438-460.

74. **Myers, P. & Biocca, F. (1992)** The Elastic Body image: The effects of Television advertising and programming on body image distortion in young women, Journal of communication, vol. 42, no. 3.

75. **Neumann, R. (1992)** The Future of the Mass Audience, Y.N.: Cambridge University Press.

76. **Newhagen, J (1998) TV** news image that induce anger, fear, and disgust: effects on approach – avoidance and memory, Journal of Broadcasting & Electronic Media, vol. 42, no. 2.

77. **Ogles. R. & Sparkes, G. (1994)** Question Specificity and Perceived Probability of Criminal Victimization. Communication Review, vol. 20, No. 1-2.

78. **Paik, H and Comstock (1994)** The effect of Television Violence on Antisocial behavior: a meta – analysis, Communication Research, vol. 21, No. 4.

79. **Peiser, W. & Peter, J. (2000)** Third- Person Perception of Television – Viewing Behavior Journal of Communication, vol. 50.

80. **Perloff, R. (1993)** Third person effect research a review and synthesis, International Journal of Public Opinion, vol. 5, no. 1.

81. **Perse, E. & Rubin, A. (1990)** "Chronic Loneliness and Television use" Journal of Broadcasting and Electronic Media., Vol. 34. No. 2.

82. **Perse, E. (1995)** "Cultivation and Involvement with Local TV News" in Signoreilli & Morgan (eds) Cultivation Analysis: New Direction of Media effects Research (pp. 51-69) New York, Sage Publication.

83. **Perse, E. (1996)** Sensation seeking and the use of television for arousal, Communication Reports, vol. 9, no. 1.

84. **Philo, G. (1999)** "Media and Mental Illness" in Philo, Greg (ed.) Message received Glasgow media Group research- 1993-1998 (pp. 35-53) N.Y.: Longman.

85. **Postmes, T. et al (1998)** Breaching or building social boundaries side effects of computer Mediated communication, Communication Research, vol. 25, no. 6.

86. **Potter, J. (1991)** Examining cultivation from A psychological perspective: components sub processes, Communication Research, vol. 18, no. 1.

87. **Potts, R., & Sanchez, D. (1994)** Television viewing and depression: no news is good news, Journal of Broadcasting & Electronic Media, vol. 38.

88. **Pugzles L. et al (1994)** Program Content, Sensation seeking and attention to Televised anti-drug Public service announcements. Human Communication Research, vol. 20.

89. **Rayburn, J. (1996)** "Uses and Gratification" in Michael B. Salwen & Don W. Stacks (Eds.), An Integrated Approach to Communication Theory and Research (pp. 145-179). Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaun Associates, Inc.

90. **Reed, L. (1999)** Image and attitude: the impact of media images on the self – esteem, body image and sexual attitudes of college students, Dissertation abstracts International, vol., 59-8B.

91. **Richter, W. (1996)** Locus of control, coping skills and television usage among middle school-aged-children, Dissertation abstracts international, vol. 58-09A.

92. **Roscoe, T. (1999)** The construction of the World wide web audience, Media Culture & Society vol. 21, no. 2.

93. **Rubin, A. (1993)** The Effect of Locus of control on Communication Motivation, Anxiety, and Satisfaction, Communication Quarterly, vol. 41.

94. **Salwen, M. & Driscoll, P. (1997)** Consequences of third- Person Perception in support of Press restriction in the O.J. Simpson Trail, Journal of Communication, vol. 47, No. 2.

95. **Salwen, M. & Dupagne, M. (1999)** The Third- Person Effect: Perception of the Media's Influence and Immoral Consequences, Communication Research, vol. 26, No. 5.

96. **Schultz, T. (2000)** Mass Media and the concept of interactivity: An Exploratory Study of on line forms and reader email. Media Culture & Society, vol. 22, no. 2.

97. **Schwiger, W. (2000)** Media Credibility – Experience or Image ? A Survey on the Credibility of the world wide web in Germany in Comparison to other Media. European Journal of Communication, vol. 15 no. 1.

98. **Settle, R. (1995)** The Impact of Television on the self esteem of African – American youth, Dissertation Abstracts international vol. 34-03A.

99. **Severin, J. & Tankard, W. (1997)** Communication Theories Origins, Methods, and Uses in the Mass Media, N. Y.: Longman.

100. **Shah, D. et al (1999)** Susceptibility and severity, Perceptual Dimensions Underlying the Third- Person Effect, Communication Research, vol. 26. no. 2.

101. **Shanahan, J. (1995)** TV viewing and adolescent authoritarianism, Journal of Adolescence, vol. 18, n.3.

102. **Shapiro, A. (1991)** Memory and decision processes in the construction of social reality, Communication Research, vol. 18, no. 3.

103. **Shrum, J. & O'Guimn, T. (1993)** Processes and effects in the construction of social reality Construct accessibility as an explanatory variable. Communication Research, vol. 20, no. 3.

104. **Signorielli, N. (1995)** "Television, mean and dangerous world: A continuation of the cultural indicators perspective" in signorielli, N. & Morgan. M. (eds) Cultivation analysis: New direction in media effect research (pp. 85-105) London: sage publication.

105. **Sparkes, G. & ogles, R. (1990)** The Differences between fear of victimization and the probability of being victimized: Implication from cultivation. Journal of broadcasting & electronic media, vol. 34, no. 3.

106. **Sparks, G. et al (1997)** The Relationship between exposure to televised message about paranormal phenomena and paranormal beliefs, Journal of Broadcasting & Electronic Media, vol. 41. no. 3.

107. **Spomer, M. (1995)** Television viewing and self- esteem among ethnic minority adolescents, Dissertation abstracts international, vol. 34-03A.

108. **Stemple, G. et al (2000)** Reaction of Growth of use of the Internet to changes in Media use from 1995 to 1999. Journal of Mass Communication Research, vol. 77, no.1.

109. ***Stice, E and Shaw, H. (1994)** Adverse effects of the media portrayed thin- ideal on women and linkage to bulimic symptomatology, Journal of social and clinical psychology, Vol. 13.

110. **Stice, E. et al (1994)** Relation of the media exposure to eating disorder Symptomatology: an examination of mediating mechanism m, Journal of abnormal psychology. Vol. 103.

111. Tarn, Sing, Fai (1996) pertaining self- concept and computer skills learning outcomes of Hong Kong, Chinese with physical disability, psychology: International Journal of psychology, vol, 39, no. 3.

112. ValkenBurg, P. & Dervoort, T. (1995) The influence of television on children's Daydreaming styles: AI-Year panel study ,Communication Research vol. 22 no. 3.

113. Valkenburg, P. Et al (2000) Fright Reaction to television: A child survey ,Communication Research , vol, 27 No. 1.

114. Ven-hwei & Paddon, A. (2000) Third - person perception and support for pornography restrictions: Some Methodological problems. International Journal of Public Opinion Research vol. 12 , No. I.

115. Watson, J. (1998 (Media communication: An Introduction to Theory and Process , London : Macmilian Press L TD.

116. Weaver J. B. (1991) Exploring the links between personality and media preferences, cited at Seth Finn, origins of Media Exposure, lining personality traits to TV, Radio, print, and film use , Communication Research ,vol., 24 no. 5.

117. White, H. et al (1999) Surfing the net in later life: A review of the literature and pilot study of the computer use and quality of life, Journal of applied Gerontology vol. 18, No (3).

118. Wood, W et al (1991) Effect of Media violence on Viewers aggression in unconstrained social interaction , Psychological Bulletin Vol., 1.9

119. .Zucherman, M. (1994) Behavioral expressions and Bio social bases of sensation seeking, N.Y. Cambridge University press.

** الدراسات التى وضع عليها علامة * تم الحصول على مستخلصات لها من خلال قواعد البيانات المشار إليها فى مقدمة الدراسة.

الفصل الثالث

الشعور بالوحدة النفسية لدى الشباب
الجامعى وعلاقته بالتعرض للتليفزيون

الفصل الثالث

الشعور بالوحدة النفسية لدى الشباب

الجامعي وعلاقته بالتعرض للتليفزيون

مقدمـــــة:

إذا كان لكل عصر من العصور سمة تميزه عن غيره، وخصيصة يختص بها ويقترن بأبعادها، فإن سمة هذا العصر وخصيصته الأساسية هو أنه عصر "الوحدة والعزلة الاجتماعية" وعلى حد تعبير "ألبيركاميه" فقد كان القرن السابع عشر هـو عصر الرياضيات، والقرن الثامن عشر هو عصر العلوم الفلسفية والقرن التاسـع عشر هو عصر الأحياء، أما القرن العشرين فهو عصر الاغتراب والوحدة(١).

ويرجع السبب في انتشار ظاهرة الشعور بالوحدة – أساساً إلى أن هذا العصر الذي نعيش فيه هو عصر يزخر بالعديد من المتناقضات والتغيرات والصـراعات المتلاحقة، ولما كان هذا التناقض والتغير لا يقابله تغير آخر مواز من قبل الإنسان فقد أدى ذلك إلى إصابته بالعجز والشعور بالخيبة والوحدة والعزلة(٢).

وإتفاقاً مع مقولة كريستوفر وايت "عندما تتغير الأشياء من حولك فإن تغيـراً موازياً يحدث بداخلك(٣). وبناء على ما ذهب إليه توفلر من أن هناك إهتزازاً لكـل الجذور القديمة في حياة إنسان القرن العشرين(٤)، أما ما ذهب إليه بول تليتش مـن أن هناك "زعزعة للأساسيات" الاجتماعية والسياسية والثقافية في هذا القرن(٥) فإن النتيجة المنطقية لذلك هي أن يشعر إنسان هذا العصر "بصدمة المستقبل" على حـد تعبير توفلر أو بالاغتراب على حد تعبير بول تليتش، وأن تكون النتيجة النهائيـة لهذا هو جنوح الإنسان إلى العزلة والتمسك بها والشعور بالوحدة النفسية حتى وإن أحاط به الآخرون(٦). **Lonely Crowd**.

وإذا كانت الحياة بصراعاتها وتموجاتها قد ألقـت بظلالهـا علـى الإنسـان المعاصر فإن الشباب خاصة شباب الجامعة هـم أكثـر النمـاذج حساسـية لهـذا الواقع المحيط، لأنهم الأكثر وعيـاً بمـا يحـيط بهـم مـن تحـديات وتغيـرات

وأخطار، في حين أنهم لا يملكون سلطة صنع القرار أو إحداث أي نوع من التغير[٧].

ويمكن القول إن مشكلة الشباب تعود إلى الماضى القريب حينما عبئ الشباب بشعارات وأفكار بعيدة عن واقع حياته وممارسته لها مما ترتب عليه ظهور فجوة بالتدريج من عدم الثقة والتصديق بين الشباب والمجتمع وتجلى أثر ذلك في ثلاث استجابات سلوكية.

١. الرضوخ للواقع والرضا به.

٢. التمرد على الواقع ومحاربته.

٣. الانسحاب من الواقع والتقوقع داخل الذات[٨].

وهذه الاستجابة الثالثة هي ما تحاول هذه الدراسة التعرض لها في علاقتها بوسائل الإعلام وخاصة التليفزيون، حيث ذهب منظور مدخل الإشباعات والاستخدامات **Ueses and Gratifications Approach** إلى أن هناك حاجات نفسية واجتماعية للأفراد تدفعهم إلى التعرض لوسائل الإعلام بهدف تحقيقها[٩]. كما يذهب هؤلاء الباحثون إلى أنه – في بعض الأحيان – عندما يعجز الأفراد عن قضاء حاجاتهم في الواقع الفعلى **Actual World** أو تحقيق رغباتهم في العالم الحقيقى **Real World** فإنهم يتجهون إلى وسائل الإعلام بهدف تحقيق هذه الحاجات ولو كان ذلك على المستوى الخيالى **Fantasy** وذلك على سبيل التعويض الاجتماعي **Social Compensation**[١٠]، وهذا ما ستحاول الباحثة إلقاء الضوء عليه في الصفحات التالية.

الإطار النظرى للدراسة:

أولا: مفهوم الوحدة النفسية:

على الرغم من شيوع مصطلح الوحدة النفسية واعتباره من أكثر المفاهيم شيوعاً في علم النفس والاجتماع، فإن هناك اختلافاً بين الباحثين في محاولة تعريفه والوقوف على أبعاده وخصائصه.

فالوحدة النفسية كما يعرفها بعض الباحثين هي "خبرة غير سارة لدرجة كبيرة ومرتبطة بالحاجة إلى الألفة النفسية(١١). وهى كذلك حالة نفسية يترتب عليها الكثير من صنوف الضجر والضيق لكل من يشعر بها أو يعانيها(١٢). كما تعرف بأنها إحساس مؤلم وغير مرغوب فيه يعيشه الفرد نتيجة الانفصال عن أشخاص أو موضوعات أو جوانب الوسط الذي يعيش فيه(١٣).

وبصفة عامة فإن الوحدة النفسية تشير إلى إحساس الفرد بإفتقاد التقبل والتواد والحب من جانب الآخرين، بحيث يترتب على ذلك حرمان الفرد من أهلية الانخراط في علاقات مشبعة ومثمرة مع أشخاص وموضوعات الوسط الذي يعيش فيه ويمارس دوره من خلاله(١٤).

وقد ميز فايس **Weiss** بين نوعين من أنواع الوحدة النفسية أولهما: الوحدة النفسية الناشئة عن الانعزال الانفعالى، وثانيهما: الوحدة النفسية التي تنجم عن العزل الاجتماعي، فالأول نتاج غياب الاتصال والتعلق الانفعالى، في حين يرجع النوع الثاني إلى انعدام الروابط الاجتماعية وكلا الطرفين في الواقع خبرتان مؤلمتان فضلاً عما يصاحبهما من أعراض التوتر والإكتئاب وعدم الشعور بالراحة(١٥).

كما ميز أيضاً يونج **Young** بين ثلاثة أنواع من الوحدة النفسية:

١. الوحدة النفسية العابرة **Transient** والتي تفضى إلى فترات من الوحدة على الرغم من أن حياة الفرد الاجتماعية تتميز بالمواءمة.

٢. الوحدة النفسية التحولية **Transitional** وفيها يتمتع الفرد بعلاقات اجتماعية طيبة في الماضي القريب ولكنهم يشعرون بالوحدة النفسية حديثاً نتيجة لبعض الظروف المستجدة كالطلاق أو وفاة شخص آخر مثلاً.

٣. الوحدة النفسية المزمنة **Chronic** والتي قد تستمر لفترات طويلة تصل إلى حد السنين وفيها لا يشعر الفرد بأى نوع من أنواع الرضا فيما يتعلق بعلاقاته الاجتماعية(١٦).

ومما سبق يمكن القول أن الوحدة النفسية تنتج عن خلل في شبكة العلاقات الاجتماعية التي تربط الفرد بالآخرين فهي نتاج للعزلة الاجتماعية وتتراوح من كونها عابرة إلى أن تصل إلى حد "الإدمان".

ثانيا: مدخل الاستخدامات والإشباعات:

اتجهت العديد من الدراسات الإعلامية في الآونة الأخيرة إلى استخدام مدخل الاستخدامات والإشباعات باعتباره مدخلاً يفسر ويوضح إلى حد كبير الدور الحقيقي للمتلقى في العملية الاتصالية، فبعد أن سادت إلى فترة طويلة النظريات التقليدية التي تربط بين المستقبل والرسالة مثلما ينظر إلى العلاقة بين الأثر والسبب، جاءت تلك النظرية لتفسر إلى حد كبير تفاعل السلوك الاتصالي بين الجمهور والوسائل الاتصالية.

وقد قام هذا المدخل على مجموعة من العناصر والفرضيات تلقى الضوء عليه ونذكر منها أن الجمهور نشط وليس سلبياً... حاجات الأفراد ترتبط إلى حد كبير باستخداماتهم لوسائل الإعلام وتدفعهم إلى اختيار الوسائل والرسائل التي تشبع هذه الحاجات... إن محتوى رسائل وسائل الاتصال لا تدلنا على المعايير الثقافية السائدة أيضاً يظهر ذلك من خلال استخدامات الجمهور لتلك الوسائل... تتحكم العديد من العوامل مثل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي في حاجات الأفراد وخصائصهم وبالتالي فيما يعرضون أنفسهم له من خلال المضمون الاتصالي.

ومن هذا يتضح أن مدخل الإشباعات يركز على مجموعة عناصر أساسية وهى بالتالي إفتراض الجمهور النشط Active Audience، والجمهور يكون نشطاً وفقاً لتقسيم بالمجرين[١٧] Palmgreen من خلال ثلاث محكات رئيسية:

(أ) الإنتقاء Selectivity وهى خطوة سابقة على التعرض للمضمون الاتصالى.

(ب) الاستغراق Involvement وهى خطوة تحدث أثناء عملية التعرض.

(ج) الإيجابية بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال وهذا يشير إلى تذكر المضمون وزيادة حجم المعلومات لدى الفرد في هذه الحالة.

دوافع التعرض لوسائل الاتصال:

يشير مدخل الاستخدامات والإشباعات أن الحاجات النفسية والاجتماعية للمتلقى كطرف إيجابى في العملية الاتصالية هي التي تحدد دوافع التعرض للمضامين الاتصالية. فأعضاء الجمهور لا يتعاملون مع هذه الوسائل بشكل مستقل أو معزول وإنما يتعاملون معها باعتبارهم أعضاء في تنظيمات اجتماعية محددة ويشاركون في تشكيل تلك البيئة الاجتماعية ويتأثرون بها في نفس الوقت.

وهناك العديد من الآراء والاتجاهات التي تناولت هذه القضية بينما يرى أحد الاتجاهات أن الجمهور يمكنه أن يدرك بشكل واضح دوافعه من التعرض لوسائل الإعلام باعتبارها حالات داخلية يمكن للجمهور أن يعبر عنها ويشعر بها ويرى اتجاه آخر أنه من الصعب على أعضاء الجمهور أن يدرك دوافعه بشكل محدد وبالتالي يصعب عليه التعبير عما لا يدركه ويشير الاتجاه الثالث أنه سلوك الأفراد الاتصالى قد يكون سلوك اعتيادى مثله مثل أشكال أخرى من السلوك الإنسانى تكون عادة غير خاضعة للعقل.

فقد قسم روبن Rubin دوافع التعرض لفئتين هما[١٨]:

١. الدوافع الوظيفية بمعنى اختيار الفرد لنوع معين من المضمون ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة كبرامج الأخبار والأحاديث والمجلات.

٢. الدوافع الطقوسية: وتستهدف تمضية الوقت والتنفيس والاسترخاء والهروب من الروتين اليومى والمشكلات مثل برامج الترفيه والمسلسلات.

تحديد المشكلة البحثية:

في ضوء نتائج الدراسات التي تشير إلى انتشار ظاهرة الشعور بالوحدة لــدى قطاع كبير من الشباب لاسيما الجامعى.

وفى ضوء ما ذهبت إليه بعض الدراسات من اتجاه الأفراد الــذين يشــعرون بالوحدة إلى بعض الأنشــطــة الاجتماعية أو بعــض الأنشــطة الموازيــة لهــا **Para Social Interaction** في محاولة للتعويض.

وفى ضوء ما ذهب إليه باحثو مدخل الاستخدامات والإشــباعات مــن كــون وسائل الإعلام إحدى هذه الوسائل التعويضية التي يلجــأ إليهــا الأفــراد لإشــباع حاجاتهم. وفى ضوء نتائج بعض الدراسات السابقة التي أكدت ذلك في مجتمعــات أجنبية أخرى في ضوء ذلك كله تسعى هذه الدراسة إلى اختبار العلاقة بين الشعور بالوحدة النفسية والتعرض للتليفزيون المصــري وبرامجــه مــع دراســة بعــض المتغيرات المؤثرة على هذه العلاقة أو المحددة لها.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

١. التعرف على مدى تعرض الشباب الجامعى للتليفزيون المصري وبرامجه.
٢. التعرف على دوافع الشباب الجامعى للتعرض للتليفزيون المصري وبرامجه.
٣. التعرف على مستوى الإشباعات المتحقــق لهــؤلاء الشــباب مــن التعــرض للتليفزيون.
٤. التعرف على مدى إنتشار الوحدة النفسية لدى شباب الجامعة المصري.
٥. اختبار العلاقة بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية وكل من حجــم التعــرض ودوافع التعرض ومستوى الإشباعات المتحقق.

اهمية الدراسة:

١. أنها الدراسة العربية الأولي – على حد علم الباحثة – التي تختبر أحد الظواهر النفسية كدافع للتعرض لوسائل الإعلام، إذ اتجهت الدراسات الأخرى إلى معالجة هذه الظاهرة كمتغيرات تابعة ولم تتناولها كمتغيرات مستقلة وهو ما ستقوم به الباحثة في هذه الدراسة.

٢. إن معظم نتائج الدراسات التي أشارت إلى طبيعة العلاقة بين الوحدة النفسية والتعرض هي نتائج عرضية وغالباً ما تأتى دون جعلها فرضية أساسية لهذه الدراسات – هذا فيما عدا دراستين أجنبيتين فقط – وهذه هي الدراسة الثالثة.

٣. إن معظم الدراسات التي أختبرت العلاقة بين الشعور بالوحدة وعلاقته بالتعرض واستخدامات وأشباعات وسائل الإعلام هي دراسات أجنبية تعالج مجتمعات تختلف عن واقع المجتمع المصري ومتغيراته ومن ثم فإن هذه الدراسة تحاول وضع هذه العلاقة في إطارها المجتمعي الصحيح.

٤. تأتي هذه الدراسة لتعميق منطلقات مدخل الإشباعات والاستخدامات وتأكيد لبعض فروضه. إذ لم تهتم الدراسات السابقة بدوافع معينة للتعرض وإنما اتجهت إلى رصد هذه الدوافع وعدها وربطها به بصفة عامة، وفى هذه الدراسة يتم التركيز على دافع واحد وهو التخلص من الوحدة النفسية وفى هذا تعميق للمدخل وتأكيد لإتجاهاته.

٥. تهتم هذه الدراسة بالشباب الجامعى وهو قطاع هام يمكن أن نرى المستقبل من خلاله ونتصور أبعاده.

مسح الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي تعرضت إلى العلاقة بين الشعور بالوحدة النفسية والإشباعات المتحققة من وسائل الإعلام وسنعرض لها فيما يلي:

دراسة عن استخدامات الشباب للتليفزيون الدينى والإشباعات المتحققة من التعرض لبرامجه فقد وجد الباحث **Robert Abelman** أن عدداً كبيراً من هؤلاء

الشباب يتعرضون لهذه البرامج بهدف التخلص من الوحدة والحصول على الصحبة الاجتماعية كما وجد أن دافع الهروب والتخلص من الإحساس بالوحدة يمثل عاملاً هاماً لهذا التعرض(١٩).

وفي دراسة أخرى عن دوافع تعرض الأطفـال لمشـاهدة التليفزيـون وجـد Maccoby أن الأطفال الذين ينتمون إلى مستوى اقتصادي اجتماعي فوق المتوسط والذين يعانون منهم من مشاعر الإحباط والوحدة أكثر مشاهدة للتليفزيون وبرامجه من الأطفال أمثالهم والذين ينتمون إلى طبقات اجتماعية واقتصادية أدنى(٢٠).

وفي دراسة عن دوافع الشباب الجامعي لمشاهدة مسلسلات الـ Soap Opera وجد الباحث Austin S. Babrow أن ١٠% من عينة البحث البالغ عـددهم (٧٣٠ مفردة) يشاهدون هذه المسلسلات بدافع التخلص مـن الوحـدة وللحصـول علـى معلومات تفيدهم في عملية التفاعل الاجتماعي(٢١).

وفي دراسة عنوانها استخدام وسائل الإعلام والروابط المجتمعية ذهب Jeffres وزملاؤه إلى أن إنغماس الفرد وكثرة تعرضه لوسائل الإعـلام Media يمكـن أن يقوى روابط الفرد بالمجتمع ككل، فيؤدى استخدام الفرد لتلك الوسائل إلـى زيـادة تردده على أماكن التجمعات في البيئة المحلية وترسم له صورة ذهنية إيجابية عـن هذا المجتمع فتؤدى إلى زيادة قدرته على الاندماج الاجتماعي وتقلل مـن شـعوره بالوحدة(٢٢).

كما وجد كل من فرانـك وجـرين بـرج Frank & Greenberg أن أكثـر المشاهدين للمسلسلات النهارية من الشباب ذكروا أنهم يشاهدونها بدافع القضاء على الشعور بالوحدة والحصول على صحبة اجتماعية مناسبة إلى جانب زيادة قـدرتهم على فهم المجتمع والإبقاء على حالة تفاعلهم معه(٢٣).

وفي دراسة للباحث الآن روبـين Alan Rubin عـن اسـتخدامات الشـباب الجامعي لمسلسلات الـ Soap Opera توصل إلى أن الأقل رضاً بالحياة والأكثـر إحباطاً والأقل تفاعلاً مع المجتمع أو الأكثر شعوراً بالوحدة هم الأكثر مشاهدة لهذه المسلسلات بغرض القضاء على هذه المشاعر والأحاسيس السلبية(٢٤).

وفى دراسة للباحثين هوفسيتر وباص **Hofstetter & Buss** وجدا أنه من أهم دوافع مشاهدة التليفزيون بصفة عامة وبرامج الشئون الجارية بصفة خاصة هو التخلص من الشعور بالوحدة والإحساس بمشاركة الآخرين(٢٥).

وفى دراسة أجراها كوهين وليفى وجولدن **Cohen, Levy, Golden** عن استخدامات الأطفال الإسرائيليين لأجهزة الفيديو المنزلية والإشباعات المتحققة منها وجدوا أن دافع التخلص من الضيق والملل والوحدة يأتى في المرتبة الأولى وتأتى بعد ذلك دوافع المعرفة والتسلية وما إلى ذلك(٢٦).

وفى دراسة أجراها بيرلوف وكوارل ودراتز **Perloff, Quarles & Drutz** على ١٥٠ طالب جامعى عام ١٩٨٣ وجدوا أن الوحدة النفسية كانت مرتبطة ارتباطاً إيجابياً بعدد الساعات التي يشاهدها هؤلاء الطلاب للتليفزيون(٢٧).

وفى دارسة أجراها أوستين **Austin** عام ١٩٨٥ وجد الباحث علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة بين الشعور بالوحدة والاتجاه إلى قراءة الصحف والاستماع إلى الراديو وإن كان لم يجد أي علاقة ذات دلالة بين الشعور بالوحدة والتعرض للتليفزيون أو مشاهدة الأفلام السينمائية أو قراءة الكتب أو الروايات(٢٨).

وفى دراسة أجراها كل من روبن وبرس وباول **Rubin, Perse & Powell** (١٩٩٥) عن دوافع مشاهدة الأخبار التليفزيونية المحلية اتضح أن هناك علاقة ارتباطية بين الشعور بالوحدة والاعتماد المتزايد على التليفزيون من ناحية وقلة الاتصال الشخصي من ناحية أخرى(٢٩).

وفى دراسة كيوبى **Kubey** عن استخدامات التليفزيون في الحياة اليومية ذهب الباحث إلى أن هناك علاقة عكسية بين اندماج الفرد في الأنشطة الاجتماعية المختلفة والتعرض للتليفزيون فكلما كثرت الأنشطة الاجتماعية التي يقوم بها الفرد قل تعرضه للتليفزيون، وكلما قلت هذه الأنشطة زاد اعتماد الفرد على التليفزيون للتخلص من الشعور بالوحدة والإكتئاب حيث يتم النظر إلى التليفزيون على أنه البديل الوظيفى المناسب للقضاء على هذه المشاعر والأحاسيس(٣٠).

وقد وجد كل من سيفين ومارى بـــث Sethfinn & Marry Beth أن العزلـــة الاجتماعية والمساندة الاجتماعية عوامل لصيقة بمشاهدة التليفزيون حيث أن هناك علاقة عكسية بين الشعور بالوحدة والعزلة الاجتماعيـــة مـــن ناحيـــة والتعـــرض للتليفزيون من ناحية أخرى[٣١].

وقد وجد عبد الرحمن العيسوى في دراسته عن دوافع مشاهدة الشباب اللبنانى للتليفزيون أن التخلص من الشعور بالوحدة والتغلـــب علـــى الإحســـاس بالعزلـــة الاجتماعية جاء كأهم دوافع للتعرض بالإضافة إلى الحصول على المعلومات الأدبية والتاريخية[٣٢].

وفى دراسة أخرى أجرتها شاهيناز طلعت وعنوانها تأثير بيئة وسائل الإعلام على الاستخدامات وإشباع الحاجات دراســـة مقارنـــة علـــى الشـــباب المصـــري والأمريكى وجدت أن أهم دوافع تعرض الشباب المصري والأمريكى هو معرفـــة الأخبار والثقافة والاسترخاء والتعليم والإثارة والهـــروب والصـــحبة الاجتماعيـــة والتغلب على الشعور بالوحدة[٣٣].

وفى دراسة للباحثين دانيل كينرى وبريـــان ســـبتزبرج Daniel Canary & Brain Spitzberg حول الشعور بالوحدة والإشباعات المتحققة من وسائل الإعـــلام على عينة قوامها ١٩٤ طالباً وطالبة بالجامعة وجدا أن الأفراد الذين يعانون مـــن وحدة مزمنة يحققون إشباعات أقل من وسائل الإعلام مقارنـــة بـــذوى الإحســـاس المؤقت بالوحدة أو الذين لا يشعرون بها مطلقاً[٣٤].

أما بيرس وروبن Perse & Rubin (١٩٩٠) فقد وجدا أن الأشخاص الـــذين يعانون من عزلة حادة أو شعور حاد بالوحدة النفسية لا يجدون نفعاً في اســـتخدام وسائل الإعلام لتحقيق التفاعل شبه الاجتماعي فبدلاً من ذلك فهم يعتبرون مشاهدين سلبيين ويحصلون على إشباعات أقل من وسائل الإعلام مقارنة بالأشخاص الأقـــل شعوراً بالوحدة[٣٥].

التعليق على الدراسات السابقة:

من العرض السابق للدراسات السابقة يتضح لنا ما يلي:

١. أن نتائج هذه الدراسات قد جاءت متضاربة فيما يتعلق بحالة الوحدة النفسية وعلاقتها بالإشباعات المتحققة وبالتالي لم نصل إلى نتيجة حاسمة يمكن تعميمها أو تأكيدها في إطار هذه العلاقة.

٢. أن معظم هذه الدراسات لا تعد دراسات إعلامية بشكل أساسي إنما تنتمي إلى بحوث ودراسات علم النفس وعلم الاجتماع.

٣. إن معظم هذه الدراسات لا تنطلق من إطار إعلامى بقدر ما تنطلق من أطر نظرية نفسية.

٤. معظم هذه الدراسات دراسات أجنبية ولا توجد دراسة عربية واحدة أختبرت علاقة الوحدة النفسية بالإشباعات والدوافع المتعلقة بالتعرض للتليفزيون وحجم هذا التعرض.

فروض الدراسة:

في ضوء الإطار النظرى ونتائج الدراسات السابقة يمكن طرح فروض الدراسة الحالية كالتالي:

الفرض الأول:

توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية وحجم التعرض للتليفزيون.

الفرض الثاني:

توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية ومستوى الإشباعات المتحققة من التعرض للتليفزيون.

الفرض الثالث:

(أ) توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية ومستوى الدافعية للتعرض.

(ب) يرتبط الشعور بالوحدة النفسية بالدوافع الطقوسية للتعرض أكثر من إرتباطه بالدوافع الوظيفية لها.

الفرض الرابع:

يرتبط الشعور بالوحدة النفسية بالتعرض للمواد ذات الصبغة الجماهيرية (الأفلام، المسلسلات، البرامج الرياضية... إلخ) أكثر من إرتباطه بمواد التليفزيون الأخرى.

الإطار المنهجي للدراسة:

مقاييس الدراسة:

١- مقياس الوحدة النفسية:

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة مقياس الإحساس بالوحدة النفسية لطلاب الجامعات (إعداد إبراهيم قشقوش، ١٩٨٨) ويتكون المقياس من ٣٤ عبارة يجيب عليها المبحوث من خلال الاختيار من أربع إجابات (في معظم الأحيان – في بعض الأحيان – نادراً – مطلقاً) وتتراوح قيمة الدرجات على المقياس من ٣٤ درجة كحد أدنى إلى ١٣٦ درجة كحد أقصى لدرجة الوحدة. وقد تم إعداد المقياس وتقنينه على عينة من طلاب الجامعات المصرية قوامها ٦٥٧ فرداً. وقد تم حساب صدق المقياس بطرق متعددة منها صدق البناء أو التكوين والصدق العاملي والصدق التلازمي. أما الثبات فقد تم حسابه عن طريق إعادة الإجراء لحساب معامل ثبات المقياس.

وقد أعادة الباحثة إختبار صدق المقياس وثباته للتأكد من النتائج التي توصل إليها معد المقياس (إبراهيم قشقوش) وذلك في ضوء:

(أ) جدة المقياس.

(ب) قلة الدراسات التي استخدمته، حيث مالت الدراسات السابقة على إعداد هذا المقياس إلى استخدام المقاييس الأجنبية. وحاولت بعض الدراسات اللاحقة عليه إلى بناء مقاييس جديدة.

وقد بينت نتائج التحليل العاملى لبنود المقياس على التميز بين المجموعات المتضادة. وقد بنيت نتائج التحليل العاملى لبنود المقياس أن إحساس الفرد بالوحدة النفسية يتضمن أربع مكونات أساسية هي:

إحساس الفرد بالعجز نتيجة إفتقاد القبول والحب من الآخرين.

الإحساس بوجود فجوة نفسية تباعد بينه وبين أشخاص الوسط المحيط به لعدم توافر الثقة في الآخرين.

الإحساس بالإجهاد الجسمانى والملل وعدم القدرة على التركيز والاستغراق في أحلام اليقظة.

الشعور بنقص في المهارات الاجتماعية اللازمة لتفاعله مع الآخرين.

أما من حيث ثبات المقياس فقد استخدم طريقة الاختبار المنشطر لجوتمان **Guttman Split Half** حيث تم تقسيم عبارات المقياس إلى قسمين: عبارات فردية وعبارات زوجية وقياس الارتباط بينهما. ثم إجراء تصحيح للطول بمعادلة سبيرمان – براون وحساب معامل **Alpha** لكل قسم من قسمى البعد الواحد وبإجراء ذلك تم الحصول على النتائج التالية:

جدول رقم (١)

يبين نتائج اختبار ثبات مقياس الوحدة النفسية باستخدام طريقة الاختبار المنشطر

المعامل الإحصائى	النتيجة
– معامل ارتباط جوتمان بين العبارات الفردية والزوجية	٠,٨٠
– معامل **Alpha** للعبارات الفردية	٠,٨٥
– معامل **Alpha** للعبارات الزوجية	٠,٩٢
– الثبات قبل استخدام معادلة سيبرمان – براون	٠,٨٧٨
– الثبات بعد استخدام معادلة سيبرمان – براون	٠,٨٨٨

وتدل البيانات السابقة على أن جميع معاملات الارتباط مرتفعة جداً حيث تزيد كلها عن ٠,٨ وهى درجة ثبات عالية وبناء عليه فإن هذا المقياس يصلح في التطبيق على الدراسة الحالية.

٢- مقياس الدوافع:

إتفاقاً مع ما ذهب إليه الباحثون من تقسيم دوافع التعرض إلى:

(أ) دوافع طقوسية. (ب) دوافع وظيفية.

فقد أعدت الباحثة مقياساً للدوافع يتضمن عبارات تقيس الدوافع الطقوسية وعبارات تقيس الدوافع الوظيفية وقد بلغت عدد عبارات المقياس أثنتى عشر عبارة يجيب عليها المبحوث بطريقة ليكرت (موافق/ لا رأى لى/ معارض) وتتراوح درجات المقياس بين أثنتى عشرة درجة كحد أدنى إلى ست وثلاثين درجة كحد أقصى للدرجات.

ومن عبارات هذا المقياس:

أشاهد التليفزيون من أجل:

- التعرف على ما يحدث في المجتمع.
- تعلم أشياء جديدة.
- معرفة الطريقة التي يحل بها الناس مشاكلهم.
- لتمضية الوقت.
- للتسلية والترفيه.
- للتخلص من الملل والضيق.

٣- مقياس الإشباعات:

وقد استخدمت الباحثة مقياس الإشباعات الذي وضعته **Canary & Spitzberg** والذى يتكون من تسع عبارات تقيس مجموعة من الإشباعات منها مراقبة البيئة والهروب وشغل الوقت والقضاء على العزلة، ويجيب المبحوث على هذه العبارات بطريقة ليكرت وتتراوح درجات المقياس ما بين تسع درجات كحد أدنى وسبع وعشرين درجة كحد أقصى للدرجات.

ومن عبارات هذه المقياس:

بعد أن تشاهد التليفزيون إلى أي حد تشعر بـــ:

- معرفة سياسية الحكومة والطريقة التي تدار بها الأمور.
- الحصول على معلومات عن الحياة اليومية.
- التخلص من هموم ومشكلات الحياة اليومية.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة عشوائياً من بين طلاب جامعتى القاهرة والزقـــازيق ومن داخل كل جامعة تم الاختيار العشوائى لإحدى الكليات النظرية (كليـــة الآداب) وإحدى الكليات العملية (كلية العلوم).

وقد بلغ عدد المفردات التي تم جمع البيانات منها ٣٤٣ مفردة تم استبعاد ٤٣ مفردة منها لعدم حصولها على درجات الصدق التي وضعتها الباحثة كمحك لقياس مدى صدق المبحوث، وبذا بلغ حجم العينة في صورتها النهائية ٣٠٠ مفردة ويمكن بيان خصائصها في الجدول التالي:

جدول رقم (٢)

خصائص عينة الدراسة

النوع	محل الإقامة				نوع الكلية				التقديرات الدراسية								مجموع
	ريف		حضر		نظرى		عملى		مقبول		جيد		جيدا جداً		امتياز		
ذكـــر	٧٧		٧٣		٥٥		٩٥		٣٤		٧١		٣٤		١١		١٥٠
	نظرى	عملى	نظرى	عملى	ريف	حضر	ريف	حضر	نظرى	عملى	نظرى	عملى	نظرى	عملى	نظرى	عملى	
	٢٣	٥٤	٣٢	٤١	٢٣	٣٢	٥٤	٤١	١٧	١٧	١٩	٣٢	١٥	٣٩	٦	٥	
	٦٨		٨٢		١١٠		٤٠		٣٦		٧١		٣٨		٥		
أنثى	نظرى	عملى	نظرى	عملى	ريف	حضر	ريف	حضر	نظرى	عملى	نظرى	عملى	نظرى	عملى	نظرى	عملى	١٥٠
	٢٨	٤٠	٨٢	-	٢٨	٨٢	٤٠	-	١٦	٢٠	١٩	١٥	١٧	٢١	٢	٣	
مجموع	١٤٥		١٥٥		١٦٥		١٣٥		٧٠		١٤٢		٧٢		١٦		٣٠٠

طريقة جمع بيانات الدراسة الميدانية:

- تم جمع بيانات هذه الدراسة من خلال استمارة استبيان **Questionaire** تحتوى على مقاييس الدراسة السابق الإشارة إليها بالإضافة إلى بعض الأسئلة التي تقيس حجم التعرض للتليفزيون ونوعية البرامج المفضلة إلى جانب بيانات المبحوثين من حيث (النوع/ محل الإقامة/ نوع الكلية/ المستوى الدراسى)(*).
- تم ملء استمارات الاستبيان من خلال المقابلة الشخصية مع المبحوثين.
- تم جمع بيانات الدراسة خلال النصف الثاني من شهر إبريل عام ١٩٩٦م.

النتائج العامة للدراسة:

١- حجم تعرض الشباب الجامعى للتليفزيون المصرى

جاءت نتائج الدراسة فيما يتعلق بتعرض عينة الدراسة من الشباب الجامعى كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (٣)

حجم تعرض الشباب الجامعي للتليفزيون المصرى

حجم التعرض	ك	%
- منخفض (أقل من ساعة يومياً)	٧٦	٢٥,٣
- متوسط (من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات)	١٥٨	٥٢,٧
- مرتفع (من ثلاث ساعات فأكثر)	٦٦	٢٢
المجموع	٣٠٠	١٠٠

(*) وقد تم عرض هذه الاستمارة قبل تطبيقها على السادة:

أ.د. حسن عماد مكاوى، الأستاذ بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

أ.د. عدلى سيد رضا، الأستاذ بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

أ.د. سامى محمود الشريف، الأستاذ بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

ويشير الجدول السابق إلى أن أكثر من نصف مفردات العينة (٥٢,٧%) يشاهدون التليفزيون بصورة متوسطة أي من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، بينما ينقسم النصف الأخر ما بين المشاهدة المرتفعة (٢٢%) أو المنخفضة (٢٥,٣%) وقد بلغ متوسط التعرض (M) لدى عينة الدراسة (٢,٠٩) بإنحراف معيارى (SD) مقدار ٠,٣٨.

وقد أظهرت بيانات الدراسة أنه ليس هناك علاقة بين نوع المبحوث (ذكر – أنثى) أو محل الإقامة (ريف – حضر) أو المستوى الدراسى وحجم التعرض حيث إن قيمة كا٢ على التوالي تساوى (٢,٧ – ٠,١٣ – ٤,٩) وهى قيم غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وبدرجة ثقة ٠,٩٥.

أما العلاقة الوحيدة ذات الدلالة فكانت بين التخصص الدراسى (كلية نظرية / عملية) وحجم التعرض، حيث أن قيمة كا٢ = ٩,٣ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١ وبدرجة ثقة ٠,٩٥، وبحساب معامل التوافق وجد أنه يساوى ٠,١٧ وذلك عند مستوى المعنوية ذاته، وقد أظهرت بيانات الدراسة أن طلاب الكليات النظرية أكثر تعرضاً (M= 2, SD= 0,74) من طلاب الكليات العملية (M= 1.9, SD= 0.6) وحيث أن قيمة ت= ٠,٤٢ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥.

أما عن نوعية البرامج التي يفضل الطلاب مشاهدتها في التليفزيون المصري فيمكن عرضها مرتبة وفق درجة التفضيل في الجدول التالي:

جدول رقم (٤)

نوعية البرامج التي يفضلها طلاب الجامعة في التليفزيون المصرى

أنواع البرامج	ك	%(*).
- الأفلام والمسلسلات	٢١٥	٢٣
- المنوعات والأغانى والموسيقى	١٨٨	٢٠,١
- المباريات والبرامج الرياضية	١١٨	١٢,٦
- البرامج الدينية	١١٣	١٢,١
- نشرات الأخبار والبرامج السياسية	١٠٨	١١,٦
- البرامج الموجهة للفئات	٩٢	٩,٨
- البرامج الثقافية	٧٢	٧,٧
- برامج التوعية والإرشاد	٢٩	٣,١
المجموع	٩٣٥	

يوضح الجدول السابق حصول البرامج والمواد الدرامية والترفيهية على نسبة تفضيل تصل إلى النصف تقريباً ويتضح أن البرامج الدينية تحظى بنسبة مشاهدة تقرب إلى حد كبير من البرامج والمواد الإخبارية وهذا قد يشير إلى اهتمام قطاع الشباب بتلك النوعية من البرامج بما يتواكب مع المد الدينى الذي يشهده المجتمع المصري في الفترة الحالية كما أن برامج الشباب والتي تحتويها فئة البرامج الموجهة للفئات جاءت في المركز السادس في الأفضلية (٩,٨) بما يشير إلى أن الاهتمام بهذه المواد من قطاع شباب الجامعة (عينة الدراسة) محدود.

٢- دوافع تعرض عينة الدراسة للتليفزيون:

بعد تقسيم الدوافع إلى قسمين: دوافع وظيفية ودوافع طقوسية (تعودية) وعرض هذا المقياس على عينة الدراسة تم الخروج بالنتائج التالية:

(*) النسبة من جملة التكرارات حيث سمح للمبحوث بإختيار أكثر من بديل.

جدول رقم (٥)

دوافع تعرض عينة الدراسة من الشباب الجامعي للتليفزيون

نوع الدوافع / مستوى الدافعية	الدوافع الوظيفية		الدوافع الطقوسية	
	ك	%	ك	%
- منخفض	٩	٣	١٨٠	٦٠
- متوسط	٩٩	٣٣	١٠٤	٣٤,٧
- مرتفع	١٩٢	٦٤	١٦	٥,٣
المجموع	٣٠٠	١٠٠	٣٠٠	١٠٠

ومن الجدول السابق يتضح أن معظم الطلاب – عينة الدراسة – يتعرضون للتليفزيون بدوافع وظيفية (M=2.6, SD= 0.55) بهدف الحصول على معلومات أو التعرف على ما يحدث في المجتمع أو تعلم أشياء جديدة أو معرفة الطريقة التي يحل لها الناس مشاكلهم، في حين تقل لديهم الدوافع الطقوسية للتعرض (M=1.45, SD=0.6) وقد يرجع ذلك إلى طبيعة عينة الدراسة من حيث كونهم فئة ذات مستوى فكرى وتعليمى متميز.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد علاقة بين التخصص الدراسى (كلية نظرية – عملية) أو محل الإقامة (ريف / حضر) أو التقديرات الدراسية (المستوى الدراسى) ومستوى الدوافع الوظيفية للتعرض حيث أن قيمة كا٢ على التوالي هي (٣,٣ – ٠,٦ – ١٠) وهى قيم غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وبدرجة ثقة ٠,٩٥.

أما العلاقة الوحيدة ذات الدلالة فكانت بين النوع (ذكر / أنثى) ومستوى الدوافع الوظيفية حيث أن كا٢ = ٢٣,١ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠,٠١ وبدرجة ثقة ٠,٩٥ وبحساب معامل التوافق وجد أنه يساوى ٠,٢٧ وذلك عند مستوى المعنوية ذاته، وقد أظهرت البيانات أن الإناث (الطالبات) أكثر تعرضاً بدوافع وظيفية (M=2.6, SD=0.55) من الذكور الطلاب (M=1.5, SD=0.50).

كما أظهرت بيانات الدراسة أنه لا توجد علاقة بين كل من التخصص الدراسى أو محل الإقامة أو التقديرات الدراسية ومستوى الدوافع الطقوسية للتعرض حيث أن قيمة كا٢ على التوالي (٠,٣ – ١,٤ – ٣,٧) وهى قيم غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وبدرجة ثقة ٠,٩٥.

أما العلاقة الوحيدة ذات الدلالة فكانت بين النوع ومستوى الدوافع الطقوسية للتعرض حيث أن قيمة كا٢ = ٢٠,٧ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠١ وبدرجة ثقة ٠,٩٥، وبحساب معامل التوافق وجد أنه يساوى ٠,٢٥ وذلك عند مستوى المعنوية ذاته وقد أظهرت البيانات أن الطالبات أيضاً أكثر تعرضاً بدوافع طقوسية من الطلاب، حيث أن: **(M=2.7, SD=0.54)** للطالبات، **(M=1.3, SD=0.51)** للطلاب.

وبصفة عامة فإن الإناث عينة الدراسة لديهن مستوى دافعية مرتفع للتعرض للتليفزيون.

٣- مستوى الإشباعات المتحققة من التليفزيون لدى عينة الدراسة:

بعرض مقياس الإشباعات على عينة الدراسة تم الخروج بالنتائج التالية:

جدول رقم (٦)

مستوى الإشباعات المتحقق من التعرض للتليفزيون لدى عينة الدراسة من الشباب الجامعى

مستوى الإشباعات	ك	%
– منخفض	٨٢	٢٧,٣
– متوسط	١٦٩	٥٦,٣
– مرتفع	٤٩	١٦,٤
المجموع	٣٠٠	١٠٠

الجدول السابق يوضح أن ٧٢,٧% من عينة الدراسة قد أدركوا إشباعات متوسطة ومرتفعة بعد مشاهدة التليفزيون وإن كان ما يقرب من ثلث العينة قد أدرك

إشباعات منخفضة وهى نسبة لا يستهان بها وقد تلقى بعض الضوء على ما يوجه إلى المضمون البرامجى في التليفزيون المصري من إنتقادات.

وقد أظهرت بيانات الدراسة أنه لا توجد علاقة بين كل من التخصص الدراسى أو محل الإقامة أو التقديرات الدراسية ومستوى الإشباعات المتحقق من التعرض للتليفزيون، حيث أن قيم كا٢ على التوالي هي (٤,٥ – ١,٤ – ٩,٥) وهى قيم غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وبدرجة ثقة ٠,٩٥.

أما العلاقة ذات الدلالة فكانت بين النوع (ذكر / أنثى) ومستوى الإشباعات المتحقق حيث أن قيمة كا٢ = ١٢,٧ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠١ وبدرجة ثقة ٠,٩٥ وبحساب معامل التوافق وجد أنه يساوى ٠,٢٠ عند مستوى المعنوية ذاته. وقد أظهرت بيانات الدراسة أن الإناث يحقق إشباعات أكبر من التعرض مقارنة بالذكور وبفروق دالة: **(M=1.5, SD=0.64)** للذكور، **(M=2, SD=0.77)** للإناث.

كما أظهرت النتائج أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى الدافعية (طقوسية، وظيفية)، للتعرض ومستوى الإشباعات المتحققة من التعرض حيث أن قيمة كا٢= ٤٩,٨ وهى دالة عند مستوى المعنوية ذاته، أما معامل إرتباط بيرسون فقد كان ٠,٣٩ وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

٤- مستوى الشعور بالوحدة النفسية لدى عينة الدراسة:

بعرض مقياس الوحدة النفسية على عينة الدراسة تم الخروج بالنتائج التالية:

جدول رقم (٧)

مستوى الوحدة النفسية لدى عينة الدراسة من الشباب الجامعي

مستوى الوحدة النفسية	ك	%
- منخفض	٥٣	١٧,٧
- متوسط	١٧٥	٥٨,٣
- مرتفع	٧٢	٢٤
المجموع	٣٠٠	١٠٠

من الجدول السابق يتضح أن ٥٨,٣% من عينة الدراسة لديهم شعور متوسط بالوحدة النفسية و ٢٤% منها لديهم شعور مرتفع بالوحدة النفسية وهي نسب لا يمكن النظر إليها بشكل عابر وتدفعنا إلى الاهتمام بهذا القطاع والنظر إلى مشاكله وهمومه وتطلعاته وطموحاته وأخذها بعين الاعتبار.

وقد أظهرت بيانات الدراسة أنه لا توجد علاقة بين كل من النوع أو محل الإقامة أو التخصص الدراسي أو المستوى الدراسي ومستوى الوحدة النفسية لدى الطلاب حيث أن قيم كا٢ على التوالي هي (٣,٧ – ١,٨ – ٣,٦ – ١٠,٢٥) وهي قيم غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وبدرجة ثقة ٠,٩٥، وجاء متوسط الشعور بالوحدة النفسية ١,٨٩ وبانحراف معياري قدره ٠,٤٨.

نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأولي:

توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية وحجم التعرض للتليفزيون.

ولاختبار هذا الفرض تم تكوين الجدول الثنائى التالي وحساب كا٢

جدول رقم (٨)

مستوى الوحدة النفسية وعلاقته بحجم التعرض للتليفزيون(*).

مستوى الوحدة النفسية / حجم التعرض	منخفض		متوسط		مرتفع		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
– منخفض	١٨	٣٤	٤٠	٢٢,٩	١٨	٢٥	٧٦	٢٥,٣
– متوسط	٢٤	٤٥,٣	١٠٣	٥٨,٩	٣١	٤٣	١٥٨	٥٢,٧
– مرتفع	١١	٢٠,٧	٣٢	١٨,٢	٢٣	٣٢	٦٦	٢٢
المجموع	٥٣	١٧,٧	١٧٥	٥٨,٣	٧٢	٢٤	٣٠٠	١٠٠

(*) كا^{٢} = ٩,٤ درجات الحرية = ٤ مستوى المعنوية أقل من ٠,٠٥

من هذا الجدول السابق يتضح وجود علاقة ارتباطية بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية وحجم التعرض للتليفزيون حيث أن قيمة كا٢ = ٩,٤ وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٥ وبدرجة ثقة ٠,٩٥.

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن الأكثر شعوراً بالوحدة النفسية من الطلاب هم الأكثر تعرضاً للتليفزيون مقارنة بالأقل شعوراً بالوحدة، فبينما كانت نسبة الأفراد ذوى مستوى الوحدة المرتفع على متغير حجم التعرض المرتفع (٣٢%). كانت نسبة ذوى مستوى الوحدة المنخفض على حجم التعرض نفسه (٢٠,٧%) وفى المقابل فبينما كانت نسبة الأفراد ذوى مستوى الوحدة المنخفض على متغير حجم التعرض المنخفض (٣٤%) كانت نسبة ذوى مستوى الوحدة المرتفع على حجم التعرض نفسه (٢٥%).

ولقياس شدة العلاقة بين المتغيرين تم حساب معامل التوافق والذى كان ٠,١٧ وهى علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ وبدرجة ثقة ٠,٩٥.

ولإختبار مدى معنوية الاختلاف في متوسطات التعرض لدى ذوى مستوى الشعور بالوحدة المرتفع وذوى مستوى الشعور بالوحدة المنخفض تم إجراء إختبار (ت) وهو ما تتضح نتائجه في الجدول التالي:

جدول رقم (٩)

نتائج اختبار (ت) لمعنوية الاختلاف بين الأكثر شعوراً بالوحدة والأقل شعوراً بها على حجم التعرض

المجموعات	عدد	متوسط التعرض	انحراف معيارى	قيمة الاختلاف بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى المعنوية
أقل شعورا بالوحدة	٥٣	١,٠٦	٠,٧٣٥	١,٨	١,٤٩-	أقل من ٠,٠٥
أكثر شعورا بالوحدة	٧٢	٢,٨٦	٠,٧٦٠			

ويتضح من الجدول السابق أن هناك اختلافاً في حجم التعرض بين الأكثر شعوراً بالوحدة والأقل شعوراً بها. فالأكثر شعوراً بالوحدة أكثر تعرضاً للتليفزيون، حيث أن قيمة ت= ١,٤٩ وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ وبدرجة ثقة ٠,٩٥.

على الجانب الآخر، لم تجد الباحثة فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الأكثر تعرضاً للتليفزيون والأقل تعرضاً له على مستوى الشعور بالوحدة حيث إن قيمة ت = ١,٥٥ وهى قيمة غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وهو ما يمكن توضيحه في الجدول التالي:

جدول رقم (١٠)

نتائج اختبار (ت) لمعنوية الاختلاف بين الأقل تعرضاً للتليفزيون والأكثر تعرضاً له على مستوى الوحدة النفسية

المجموعات	عدد	متوسط التعرض	انحراف معيارى	قيمة الاختلاف بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى المعنوية
أقل تعرضاً	٧٦	٢	٠,٦٩٣	٠,٢	١,٥٥-	أكثر من ٠,٠٥
أكثر تعرضاً	٦٦	٢,٢	٠,٧			

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية ومستوى الإشباعات المتحققة من التعرض للتليفزيون.

لاختبار هذا الفرض تم تكوين الجدول الثنائى التالي وحساب كا٢.

جدول رقم (١١)

مستوى الوحدة النفسية وعلاقته بمستوى الإشباعات المتحققة من التليفزيون

مستوى الوحدة النفسية / مستوى الإشباعات	منخفض		متوسط		مرتفع		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
- منخفض	٢١	٣٩,٧	٤٣	٢٤,٦	١٨	٢٥	٨٢	٢٧,٣
- متوسط	٢٧	٥٠,٩	١٠٢	٥٨,٣	٤٠	٥٥,٦	١٦٩	٥٦,٣
- مرتفع	٥	٩,٤	٣٠	١٧,١	١٤	١٩,٤	٤٩	١٦,٣
المجموع	٥٣	١٧,٧	١٧٥	٥٨,٣	٧٢	٢٤	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن الأكثر شعوراً بالوحدة هم الأكثر تحقيقاً للإشباعات الناتجة عن التعرض للتليفزيون، وذلك مقارنة بالأقل شعوراً بها. فبينما كانت نسبة الأفراد ذوى مستوى الوحدة المرتفع على مستوى الإشباعات المتحققة المرتفعة (١٩,٤%) كانت نسبة ذوى مستوى الوحدة المنخفضة على مستوى الإشباعات نفسه (٩,٤%). وفى المقابل فبينما كانت نسبة الأفراد ذوى مستوى الوحدة المنخفضة على متغير مستوى الإشباعات المنخفض (٣٩,٧%) كانت نسبة ذوى مستوى الوحدة المرتفع على مستوى الإشباعات نفسه (٢٥%).

ومن ناحية أخرى يشير الجدول السابق إلى أنه لا توجد علاقة إرتباطية بين مستوى الشعور بالوحدة ومستوى الإشباعات المتحققة من التعرض للتليفزيون، حيث أن قيمة كا^{٢} = ٦ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

وعلى ذلك نرفض الفرض القائل توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى الشعور بالوحدة ومستوى الإشباعات المتحققة من التعرض للتليفزيون أي أنه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة بين المتغيرين.

الفرض الثالث:

الفرض الثالث (أ): توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية ومستوى الدافعية للتعرض.

الفرض الثالث (ب): يرتبط الشعور بالوحدة النفسية بالدوافع الطقوسية للتعرض أكثر من إرتباطه بالدوافع الوظيفية للتعرض.

ولاختبار الفرض الثالث (أ) تم تكوين الجدول الثنائى التالي وحساب كا٢.

جدول رقم (١٢)

مستوى الوحدة النفسية وعلاقته بمستوى الدافعية للتعرض

مستوى الوحدة النفسية / مستوى الدافعية	منخفض		متوسط		مرتفع		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
- منخفض	٦	١١,٣	٥	٢,٩	٨	١١,١	١٩	٦,٣
- متوسط	١٩	٣٥,٨	٥٩	٣٣,٧	١٧	٢٣,٦	٩٥	٣١,٧
- مرتفع	٢٨	٥٢,٩	١١١	٦٣,٤	٤٧	٦٥,٣	١٨٦	٦٢
المجموع	٥٣	١٧,٧	١٧٥	٥٨,٣	٧٢	٢٤	٣٠٠	١٠٠

ويتضح من الجدول السابق أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية ومستوى الدافعية (طقوسية + وظيفية) حيث أن كا٢ = ٥,٩ وهى غير دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

وباختبار العلاقة بين المتغيرين باستخدام معامل الارتباط (بيرسون) وجد أن العلاقة بين المتغيرين = ٠,١٢ ولكنها دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

وعلى هذا نرفض الفرض الثالث (أ) القائل "توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية ومستوى الدافعية للتعرض.

الفرض الثالث (ب):

ولاختبار الفرض الثالث (ب) قامت الباحثة بالآتى:

١- اختبار العلاقة بين مستوى الوحدة النفسية ومستوى الدوافع الوظيفية للتعرض:

وقد تم ذلك عن طريق تكوين جدول ثنائى للمتغيرين وحساب كا٢ وبإجراء ذلك وجدت الباحثة علاقة إرتباطية بينهما حيث إن كا٢= ٩,٧ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ وبدرجة ثقة ٠,٩٥، وبحساب معامل التوافق وجد أنه يساوى (٠,١٨) وذلك عند مستوى المعنوية نفسه.

٢- اختبار العلاقة بين مستوى الوحدة النفسية ومستوى الدوافع الطقوسية للتعرض:

وقد تم ذلك أيضاً عن طريق تكوين جدول ثنائى للمتغيرين وحساب كا٢، وبإجراء ذلك وجدت علاقة إرتباطية بينهما حيث أن كا٢= ٢٥,٥ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠١ وبدرجة ثقة ٠,٩٥، وبحساب معامل التوافق وجد أنه يساوى ٠,٢٨ وذلك عند مستوى المعنوية ذاته.

٣- **وفى ضوء عدم وجود مقاييس إحصائية تقيس مدى معنوية الاختلاف بين معامل الارتباط،** وبمقارنة شدة معامل التوافق في (١) وشدته في (٢) يتبين لنا أن الشعور بالوحدة النفسية يرتبط ارتباطاً إيجابياً دالاً بمستوى الدوافع الطقوسية للتعرض أكثر من ارتباطه بالدوافع الوظيفية للتعرض.

وعلى هذا نقبل الفرض الثالث (ب) القائل: "يرتبط الشعور بالوحدة النفسية بالدوافع الطقوسية للتعرض أكثر من إرتباطه بالدوافع الوظيفية لها".

الفرض الرابع:

يرتبط الشعور بالوحدة النفسية بالتعرض للمواد ذات الصبغة الجماهيرية (الأفلام، المسلسلات، المنوعات، البرامج الرياضية...) أكثر من ارتباطه بمواد التليفزيون الأخرى.

ولاختبار هذا الفرض تم حساب معامل إرتباط بيرسون بين مواد التليفزيون المختلفة ودرجات الشعور بالوحدة النفسية، وهو ما يمكن توضيحه في الجدول التالي:

جدول رقم (١٣)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات الشعور بالوحدة والتعرض

لمواد التليفزيون المختلفة

المواد	ك	ك	%
نشرات الأخبار والبرامج السياسية	٠,١٥	سالبة	٠,٠١
الأفلام والمسلسلات	٠,٠٩	إيجابية	غير دالة
المنوعات والأغاني والموسيقى	٠,١٢	إيجابية	غير دالة
البرامج الثقافية (آداب، فنون، علوم..)	٠,٠٨	إيجابية	غير دالة
البرامج الدينية	٠,٠٩	إيجابية	غير دالة
البرامج الرياضية والمباريات	٠,١٦	سالبة	٠,٠١
البرامج الموجهة للفئات (الشباب، الأطفال، المرأة)	٠,١٠	إيجابية	غير دالة
برامج التوعية والإرشاد (صحى، زراعي،...)	٠,٠٣	إيجابية	غير دالة

يتضح من الجدول السابق أن العلاقات الارتباطية الدالة توجد فقط بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية والتعرض لكل من نشرات الأخبار والبرامج السياسية والبرامج الرياضية والمباريات. وأن هاتين العلاقتين سالبتان أو عكسيتان بمعنى أنه كلما زاد مستوى الوحدة النفسية قل التعرض لهذين النوعين من البرامج والعكس صحيح.

في الوقت نفسه كانت العلاقة بين مستوى الشعور بالوحدة والتعرض للمواد ذات الصبغة الجماهيرية (الأفلام والمسلسلات - المنوعات - الأغانى والموسيقى) غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٥.

وقد كان الافتراض الأساسي الذي افترضته الباحثة أن الذي يشعر بالوحدة سوف يحاول التخلص من هذه الوحدة عن طريق تعرضه للبرامج التي يشعر أنها تهم عدداً كبيراً من الناس في محاولة للتغلب على هذا الشعور بالوحدة أو للتقليل من حدته. فالتعرض للأفلام والمسلسلات التي تشد انتباه الناس وتجذبهم لمتابعتها قد يوفر لهذا الشخص زاداً ثقافياً أو مداخل حوارية يستطيع من خلالها الاندماج مع الآخرين والتفاعل معهم وبذا يقل مستوى الوحدة النفسية.

إلا أن نتائج إختبار هذا الفرض قد أدت إلى رفضه.

مناقشة النتائج:

(١) جاءت نتائج الفرض الأول للدراسة لتؤكد أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية وحجم التعرض للتليفزيون. فالأكثر شعوراً بالوحدة هم الأكثر تعرضاً للتليفزيون كنشاط تعويضي للتخفيف من حدة هذا الشعور. فقد أشار كوماروفيسكى (١٩٧٤) إلى أن رغبة الفرد في الهرب من الشعور الأليم بالوحدة النفسية قد يدفعه دفعاً نحو مشاركة الآخرين الأفكار والمشاعر ولو كان ذلك عن طريق التعرض للتليفزيون. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج كل من جيفرز وزملاءه (١٩٨٨) وبيرلوف (١٩٨٣) وكوارلز (١٩٨٣) وستيفن ومارى (١٩٨٨)، إلا أن هذه النتيجة تختلف عن نتائج كل من أوسين (١٩٨٥) وفين وجور (١٩٨٨).

(٢) جاءت نتائج الفرض الثاني لتؤكد أنه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية ومستوى الإشباعات المتحقق فعلى الرغم من العلاقة الإرتباطية الإيجابية بين الوحدة والتعرض إلا أن الحصول على الإشباعات الكافية غير متحقق ومن ثم تصبح عملية المشاهدة وسيلة لتمضية الوقت **Passtime** أكثر من كونها وسيلة للحصول على إشباعات متوقعة.

(٣) أثبت الفرض الثالث ارتباط الشعور بالوحدة النفسية بالدوافع الطقوسية للتعرض أكثر من إرتباطه بالدوافع الوظيفية. وقد تكون هذه النتيجة منطقية في ضوء كون الدوافع الطقوسية في جوهرها تحمل طابع الهروب وتتفق هذه النتيجة مع

نتائج بعض الدراسات السابقة في هذا المجال مثل دراسة الآن روبين (١٩٨٥) وفرانك وجرين برج (١٩٨٠) وأوستين بابرو (١٩٨٥).

(٤) أظهر اختبار الفرض الرابع أن الشعور بالوحدة يرتبط عكسياً بالتعرض لنوعيات معينة من البرامج ومنها البرامج الإخبارية والسياسية والبرامج الرياضية وعدم ارتباطها بالبرامج ذات الصبغة الجماهيرية. ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن تعرض الفرد للبرامج الجماهيرية تجعله أكثر ارتباطاً بالواقع وأكثر إدراكاً لما يدور من أحداث وبالتالي أكثر قدرة على مشاركة الآخرين والاندماج في المناقشات والحوارات الجماعية وتكفل له إندماجاً اجتماعيا بشكل أفضل.

ومن ناحية أخرى فإن الأكثر شعوراً بالوحدة هو الأقل تعرضاً للأخبار، فالشعور بالوحدة يتضمن التقوقع داخل الذات، أما نشرات الأخبار فهى نافذة على المجتمع المحلى والعالمى الذي قد لا يعنى شيئاً إيجابياً بالنسبة لمن يشعرون بالوحدة النفسية وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة أوسينن (١٩٨٥).

(٥) لم يكن لمتغيرات (محل الإقامة/ النوع/ المستوى الدراسى/ نوع الكلية) تأثيرات فعالة على حجم التعرض... الإشباعات المتحققة... الوحدة النفسية، وقد يرجع ذلك إلى أن متغير التعليم قد أزال الكثير من الاختلافات بين أفراد العينة وأدى إلى عدم وجود فوق ذات دلالة إحصائية.

الهـــــوامش

(١) أحمد خضر أبو طواحينه، الاغتراب لدى الطلاب الفلسطينيين الجامعيين، رسالة ماجســتير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، ١٩٨٧) ص٥.

(٢) شادية أحمد مصطفى عمران، البطالة وعلاقتها بالاغتراب بين شباب الخـريجين، دراســة تتبعية على عينة من خريجي جامعة أسيوط فرع سوهاج في الفتــرة مــن ١٩٩٠-١٩٩٣. رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة أسيوط، كلية الآداب، ١٩٩٤)، ص ٢.

(٣) تحية محمد عبد العال، العلاقة بين الاغتراب والتوائمية لدى الشباب، رسالة ماجستير غيــر منشورة، (جامعة الزقازيق، كلية التربية، ١٩٨٩)، ص ٨.

(٤) ألفين توفلر، ترجمة محمد على ناصف، صدمة المستقبل، (القاهرة: مكتبة دار نهضة مصر للطبع والنشر، ١٩٧٤)، ص ٣٦.

(٥) مجاهد عبد المنعم مجاهد، الاغتراب في الفلسفة المعاصرة، (دمشق: سعد الــدين للطباعــة والنشر والتوزيع، ١٩٨٥)، ص ٦٢.

(٦) Reisman, D., Lonely Crowed: Study of the Changing of American Character (New York) 1950.

(٧) شادية أحمد مصطفى عمران، (مرجع سابق)، ص ٢.

(٨) أحمد خيرى حافظ، سيكولوجية الاغتراب لدى طلبة الجامعة، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الآداب، ١٩٨٠)، ص ٥.

(٩) Katz, E., Blumer, G. and Gurevitch, M.: Utilization of Mass Communication by the Individual" in Blumer, G. and Katz. E. (Eds.) the Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research, 1974, Bererly Hills: Sage Publication, pp. 19-32.

(١٠) Rosengrenm K. "Uses and Gratification, a Paradigm out Lined" in Bluner, G. and Katz, E. (Eds) Op. Cit., pp. 269-286.

(١١) Jones, Warren and Steven Hobbs: Loneliness and Social Skill Deficits, Journal of Personality and Social Psychology. Vol. 42, no. 4, 1982, pp. 682-689.

(١٢) إبراهيم قشوش، مقياس الإحساس بالوحدة النفسية لطلاب الجامعات (كراسة التعليمــات)، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٨.

(١٣) زكية مبروك الصراف، دراسة العلاقة بين خبرة الإحساس بالوحدة النفسية ومفهوم الذات لدى الطلاب الجامعيين من الجنسين، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس،

كلية الأداب، ١٩٨١)، ص ٦.

(١٤) زينب عبد اللطيف خلف الله، الإحساس بالوحدة النفسية وعلاقته بالسلوك التكيفي لدى أبناء مؤسسة الرعاية، مجلة معوقات الطفولة، العدد ٢، ١٩٩٣، ص ٦، ٣٥١.

(١٥) مايسة أحمد النيال، بناء مقياس الوحدة النفسية ومدى انتشارها بين مجموعات عمرية متباينة من دولة قطر. القاهرة، مجلة علم النفس، العدد ٢٥، السنة السابعة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ص ١٠٢.

(١٦) نفس المرجع السابق، ص ١٠٣.

(١٧) Philip Palmgreen, Uses and Gratification: A Theoretical Prospective, Communication. Year book, vol. 8, 1984, p. 41.

(١٨) A.M. Rubin, "Ritualized and Instrumental Television Viewing", Journal of Broadcasting and Electronic Media, vol. 34, no. 1984, pp. 67-77.

(١٩) Robert. Abelman "Religious Television Uses and Gratification" Journal of Broadcasting and Electronic Media. Vol. 31, 1987, pp. 293-307.

(٢٠) Eleanor E. Maccoby "Why do Children Watch Television" Public Opinion Quarterly. Vol. 18, no. 2, 1954.

(٢١) Austin S. Babrow "Students Motives for Watching Soap Opera" Journal of Broadcasting and Electronic Media, vol. 31, no. 3, 1987, pp. 309-321.

(٢٢) Leo W. Jeffres, Jean Dobos and Jan- Won Lee. "Media Use and Community Ties" Journalism Quarterly, vol. no. 19, p.

(٢٣) Frank R.E. and Greenberg, M.G. "The Public's Use of Television; Who Watches and Why". Bererly Hills: Sage, 1980. Op. Cit. New York.

(٢٤) Alan M. Rubin, "Uses of Daytime Television Soap Operas by College Students" Journal of Broadcasting and Electronic Media". Vol. 29, no. 1985, pp. 241-258.

(٢٥) C. Richard Hofstetter and Terry F. Buss "Motivation for Viewing Two Types of T.V. Programs" Journalism Quarterly, vol. 58, no. 2, 1981.

(٢٦) Akiba A. Cohen, Mark R. Levy, Karen Golden "Children's Uses and

Gratification of Home VCR.s Evolution or Revolution" Communication Research, vol. 15. no. 6. 1988.

(٢٧) Perloff, R.M. Quarles, R.C. and Durtz, M. "Loneliness, Deression and the Uses of Television" Journalism Quarterly, Vol. 60, no. 3, pp. 352-356.

(٢٨) Austin, B.A. "Loneliness and Use of Six Mass Media Among College Students, Psychological Reports, vol. 56, pp. 323-327.

(٢٩) Rubin, A.M., Perse, E.M., and Powel, R.A. "Loneliness, Para Social Interaction, and Local Television News Viewing" Human Communication Research, vol. 12, 1985, pp. 155-180.

(٣٠) R.K. Kubey, "Television Use of Everyday Life Coping with Unstructured Time", Journal of Communication Research, vol. 36, no. 3, 1986, pp. 108-123.

(٣١) Seth Finn and Marry Beth Gorr, "Social Isolation and Social Support as Correlates of Television Viewing Motivation" Communication Research. vol. 15, 2. 1988, pp. 135-158.

(٣٢) عبد الرحمن العيسوى، الآثار النفسية والاجتماعية للتليفزيون العربى (بيروت: دار النهضة العربية، ١٩٨٤)، ص ٩٦.

(٣٣) شاهيناز طلعت، تأثير بيئة وسائل الإعلام على الاستخدامات وإشباع الحاجات: دراسة مقارنة على الشباب المصري الأمريكى، (القاهرة، مجلة الدراسات الإعلامية) عـ ٤٧، ١٩٨٧، ص ص ٨٧-١٠٩.

(٣٤) Daniel J. Canary and Brain H. Spitzberg "Loneliness and Media Gratification" Communication Research, Vol. 20, No. 6, December, 1993, pp. 801-806.

(٣٥) Perse, E.M., and Rubin, A.M. "Chronic Loneliness and Television Use". Journal of Broadcasting and Electronic Media", vol. 1, 1990, pp. 37-53.

الفصل الرابع

تكنولوجيا الاتصال الحديثة وعلاقتها ببعض الأبعاد النفسية – الاجتماعية لدى عينة من طلاب الجامعات المصرية

الفصل الرابع

"تكنولوجيا الاتصال الحديثة وعلاقتها ببعض الأبعاد النفسية – الاجتماعية لدى عينة من طلاب الجامعات المصرية"

مقـدمة

تعتبر نظرية الغرس الثقافي (أو الإنماء على حد تعبير بعض الباحثين) إحدى نظريات المرحلة الثالثة من مراحل تطور النظرية الإعلامية، كما تعتبـر المكـون الثالث من مكونات مشروع المؤشرات الثقافية، وهى – بتطوراتها وسماتها الحالية – تعتبر النموذج الثالث الذي قدمه جربنر وزمـلاؤه لمحاولـة تفسـير تـأثيرات التليفزيون على الأفراد.

ويقوم الفرض الرئيسي لهذه النظرية على أن "تكرار التعرض لصورة الواقـع الحقيقي في التليفزيون والأفكار المرتبطة به يؤدى إلى إدراك الأفراد لهذه الصـور والأفكار بطريقة مشابهة لتلك الموجودة في التليفزيـون" أي أن "الأكثـر تعرضـاً للتليفزيون، وعادة ما يطلق عليهم إسم "كثيفوا المشاهدة" هم الأكثر إدراكـاً للواقـع الاجتماعي بطريقة متوافقة مع الصورة التي يعرضها التليفزيون لهذا الواقع".

ويمثل التليفزيون "حجر الأساس" في هذه النظرية التي تعتبره "وسيلة فريـدة يحتاج إلى مدخل خاص لدراسته" وذلك لما له من خصـائص لا تتـوافر لوسـائل الإعلام الأخرى، ولما له من سمات تزيد من تأثيراته.

غير أن ظهور بعض المستحدثات التكنولوجية الاتصالية (الفيديو – الريموت كنترول – القنوات الكابلية والفضائية (الدش) – الكمبيوتر...) وما صـاحبها مـن ثورة هائلة في البيئة الاتصالية، وتغير كبير في أنماط التعرض وكيفيته قد جعلـت فروض هذه الدراسة في حاجة إلى إعادة صياغة وإلى إعادة اختبار في ضوء هذه المتغيرات الجديدة.

ومن هنا تسعى هذه الدراسة إلى اختبار أثر استخدام الأفراد لهـذه الوسـائل الجديدة على طبيعة العلاقة القائمة (والتي تم إثباتها في دراسات الغرس). بين حجم التعرض للتليفزيون وموضوعات الغرس (الأبعاد النفسية – الاجتماعية).

هل يؤدى استخدام الأفراد لهذه الوسائل الجديدة إلى زيادة شدة العلاقة بين التليفزيون وموضوعات الغرس أم يؤدى إلى تقليلها ؟

أولا الإطار النظرى للدراسة:

(١)

من الركائز الأساسية التي تقوم عليها نظرية الغرس "فرضية المشاهدة غير الانتقائية" **Unselectivity Viewing**، إذ يرى جربنر **Gerbner** وتلاميذه أن التعرض الانتقائى لنوعيات محددة من البرامج لا يصلح لفهم قدرة التليفزيون على غرس معتقدات الواقع الاجتماعي لدى الأفراد "فالجمهور هو الجماعة المتاحة في وقت معين من اليوم أو الأسبوع أو السنة بغض النظر عن نوعية المضمون البرامجى، إذ أن معظم المشاهدين يشاهدون بالساعة **Watch by the clock** ولا يعرفون بالطبع ماذا سيشاهدون عندما يضغطون على زر التشغيل"[١].

كما يذهب جربنر وتلاميذه إلى وجود "نماذج عامة وأنماط ثابتة من الأفكار والمواقف والقصص تظهر في جميع البرامج والمسلسلات التي تذاع وقت الذروة[٢] ومن ثم "يجب تجاهل أشكال الحبكة والتنوع الظاهرى (الخارجى) للبناء الدرامى أو للأحداث، لأن جميع البرامج والمسلسلات تخفى تحت جرتها وتنوعها واختلافها نفس القيم والأفكار والسمات، فالاختلاف والتنوع إنما يكون في شكل البرامج وطرق تقديمها لا في مضامينها"[٣]. وعلى هذا – كما يذهب جربنر – فإن التعرض الإنتقائى لمضمون معين أو لنوعية معينة من البرامج لا يستطيع أن يلغى تأثيرات الغرس أو قدرة التليفزيون على إحداث هذه التأثيرات "فكثيفو المشاهدة لا يستطيعون الهرب من التعرض المتكرر لنفس الأفكار والعناصر الدرامية في البرامج يوماً بعد يوم"[٤].

ولكن ظهرت بعض التحديات لهذه الفرضية منها:

(١) أظهرت نتائج بعض الدراسات التي تم إجراؤها خارج نطاق مدرسة أننبرج للاتصال **Annenberg School of Communication** أن هناك اختلافاً في الأفكار والمضامين:-

أ- بين البرامج بعضها البعض في الفترة الواحدة.

ب- بين البرامج التي تذاع في الفترات المختلفة[٥].

(٢) وجدت بعض الدراسات أن غرس المعتقدات والاتجاهات لدى الأفراد كان مرتبطاً بالتعرض لمضمون برامجي معين أو لأشكال محددة من البرامج أكثر من ارتباطها بالتعرض الكلى للبرامج[٦]. فقد وجد هوكنز و بنجرى **Hawkins & Pingree** أن تأثيرات الغرس في دراستهما كانت مرتبطة بالتعرض لبرامج المغامرات والجريمة والكارتون بينما لم تكن مرتبطة بالبرامج الكوميدية أو الأخبار أو البرامج التسجيلية[٧] كما حاول بعض الباحثين قصر دراستهم للغرس على شكل برامجي واحد وهو المسلسلات النهارية **Soap Operas** وتوصلوا إلى أن هناك تأثيرات للغرس مرتبطة بالتعرض لهذا الشكل البرامجى[٨].

(٢)

وبالإضافة إلى "فرضية المشاهدة غير الإنتقائية" هناك ركيزة أخرى قامت عليها دراسات الغرس، إذ عمدت هذه الدراسات إلى تحليل مضمون برامج البث التليفزيونى العادى الذي تحتكره الشبكات التليفزيونية وله خصائص برامجية محددة وسمات مضمونية معينة. وعمدت هذه الدراسات إلى إبراز أهمية التليفزيون وتفوقه على وسائل الإعلام الأخرى التقليدية من حيث: التعرض المبكر له، والاستمرارية في التعرض إليه، والانتشار الواسع له[٩].

غير أن التقدم التكنولوجى في مجالات الاتصال قد أمدنا بوسائل جديدة ذات خصائص مختلفة ومتميزة عن خصائص التليفزيون، فالقنوات الفضائية والكابلية وما توفره من مضمون مختلف عن مضمون برامج البث العادى أو برامج الشبكات، والريموت كنترول الذي يسمح بسهولة الإنتقاء والاختيار دون بذل أي جهد، والفيديو الذي يقدم لنا مواد برامجية لا تقدم على شاشة التليفزيون أو هي مختلفة عنها، والكمبيوتر باعتباره وسيلة إتصالية جديدة تجمع بين مزايا كثير من

وسائل الاتصال التقليدية وتتفوق عليها، كل هذه الوسائل الجديدة تمثل تحديات لهذه الركيزة الثانية[١٠].

(٣)

وإذا كانت الركيزتان السابقتان (المشاهدة غير الإنتقائية – التليفزيون هو الوسيلة الأساسية) صالحتين للبناء عليهما والإستناد إليها في فترة السبعينيات وأوائل الثمانينات من القرن العشرين، فإن هذا الوضع قد أصبح مجالاً للشك فيه في نهاية التسعينيات وبداية الألفية الثالثة للميلاد، إذ لم تعد هناك حقائق ثابتة أو نتائج مؤكدة تبرر الثبات على نفس المبادئ النظرية للغرس. وسوف تظل هذه المبادئ مشكوكاً في صحتها وغير مجزوم بصدقها حتى يقوم الباحثون بالإجابة عن أسئلة كثيرة منها:-

١. ماذا يحدث عندما يمكن مستحدث تكنولوجى الناس من مشاهدة التليفزيون بصورة أكثر انتقائية ويجعلهم يشاهدون ما يريدونه بحرية كاملة (الفيديو مثلاً) ؟
٢. ماذا يحدث عندما يتعرض الأفراد لأفكار برامجية ومضامين مختلفة عن تلك التي يتعرضون لها من خلال البث العادى (القنوات الفضائية) ؟
٣. ماذا يحدث عندما يجد الفرد سهولة في التنقل بين القنوات والإنتقاء من البرامج دون بذل أدنى مجهود (وذلك عن طريق الريموت كنترول) ؟
٤. ماذا يحدث عندما يتحول الفرد جزئياً إلى وسائل أخرى أكثر قدرة على الإشباع وأكثر قدرة على التنوع (وذلك عن طريق الكمبيوتر) ؟

هل يغير استخدام مثل هذه الوسائل من طبيعة العلاقة بين التليفزيون وموضوعات الغرس ؟ ستحاول الباحثة أن تجيب – جزئياً – عن هذه الأسئلة من خلال نتائج الدراسات القليلة المتاحة في هذا المجال بالإضافة إلى نتائج هذه الدراسة.

ثانيا: *الدراسات السابقة:*

أ- دراسات خاصة بعلاقة التعرض للتليفزيون بالأبعاد النفسية والاجتماعية في إطار نظرية الغرس:

- في دراسة أجراها جربنر وتلاميذه (١٩٧٨) وباستخدام مقياس سرول للأنومى اتضح أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين المشاهدة الكثيفة والأنومى حيث حصل كثيفو المشاهدة على أعلى الدرجات في هذا المقياس[١١].
- وفى دراسة أخرى لمورجان **Morgan** (١٩٨٦) وباستخدام نفس المقياس السابق، اتضح أن هناك علاقة إيجابية بين المشاهدة للتليفزيون والموافقة على عبارات المقياس، وأن الأكثر مشاهدة أكثر اعتقاداً بأن العالم يتغير يوماً بعد يوم من سيئ إلى أسوأ[١٢].
- وفى الدراسة التي أجراها كل من **Bryant, Carveth & Brown** (١٩٨١) باستخدام مقياس **Tylor** للقلق، اتضح أن هناك علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة والشعور بالقلق[١٣].
- وفى دراستين لجربنر وزملائه (١٩٧٦-١٩٧٨) اتضح أن هناك علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وعدم الثقة بالناس، حيث إن الأكثر مشاهدة أقل ثقة بالناس وأكثر حذراً في التعامل معهم[١٤].
- وفى دراسة سابقة للباحثة نفسها (١٩٩٦) حول الشعور بالوحدة النفسية لدى الشباب الجامعى وعلاقته بالتعرض للتليفزيون، اتضح أن هناك علاقة ارتباطية بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية وحجم التعرض للتليفزيون[١٥].
- وفى دراسة أجراها أيمن منصور ندا (١٩٩٧) حول العلاقة بين التعرض للمواد التليفزيونية الأجنبية والاغتراب الثقافي لدى الشباب الجامعى المصري، اتضح أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بينهما، وأن هذه العلاقة تزداد شدتها في وجود مستوى اجتماعي اقتصادي مرتفع، ومستوى مرتفع من المشاهدة النشطة، ومستوى مرتفع من إدراك واقعية المواد الأجنبية والتعرض لهذه المواد بدوافع طقوسية[١٦].

ب- دراسات خاصة بعلاقة المستحدثات الاتصالية بالأبعاد النفسية الاجتماعية في إطار نظرية الغرس:

(١) الفيديو وعملية الغرس:

وتتلخص علاقة الفيديو بالغرس في سؤال طرحته **Dobrow** على النحو التالي:

"هل يؤدى استخدام الفيديو كاسيت إلى تركيز **Concentration** اهتمام المشاهد حول برامج بعينها بحيث يشاهدها أكثر من مرة في أوقات غير الأوقات التي تبث فيها **Time shifting** وبالتالي فإن وظيفته هي إتاحة الفرصة للأفراد لمشاهدة المزيد من البرامج التليفزيونية ذاتها **More of the same television fare** ومن ثم تـزداد تأثيرات الغرس ؟ أم أن استخدام الفيديو سوف يؤدى إلى تنويـع **Diversification** نوعية البرامج التي يتعرض لها الفـرد مـن خـلال مشـاهدته شـرائط فيـديو **tape viewing**، ومن ثم تبعده عن الاتجاه السائد **Mainstream** في برامج الشبكات والمحطات العادية وتؤدى إلى مزيد من الـتحكم فـي المضـمون **Control over content** وبالتالي تقلل من تأثيرات الغرس ؟" (١٧).

في محاولتهم الإجابة عن هذا السؤال انقسم الباحثون إلى قسمين: لكل وجهـة نظره، ولكل اتجاهه المستقل:-

القسم الأول: ويتزعمه جربنز وزملاؤه، حيث يذهبون إلى أن الفيـديو لـه تـأثير ضعيف على عملية الغرس، إذ يجب النظر إليه على أنه يحدث تغييـراً فـي طرق استقبال البرامج **Change in Delivery System** أكثر مما يحدث تغييراً في مضمون البرامج ذاتها، وبذا فإن الفيديو لن يحل محل التعـرض لبـرامج التليفزيون ولكنه سيضيف إليه "لأنه سيؤدى إلى التعـرض بصـورة أكبـر وبطريقة متكررة إلى برامج الشبكات – من خلال تسجيلها – في أوقات كانت مخصصة للقيام بأنشطة أخرى غير المشاهدة"(١٨).

- ويذهب هؤلاء الباحثون أيضاً إلى أن الفيديو "قد يحل محل قـراءة الصـحف والمجلات أو الذهاب إلى السينما والمسرح ولكن ليس هناك دليل علـى أنـه يمكن أن يكون بديلاً كلياً للتعرض للتليفزيون"(١٩) وعلى حد تعبير جربنز فـإن

"الفيديو وبرامجه أشبه ما يكون بالمحلات التي تعيد تغليف الأطعمة التي سبق تجهيزها أو شراؤها من تاجر الجملة القديم (التليفزيون **Old whole distributer**)" [٢٠] ومن ثم فإن الفيديو لا يغير من طبيعة المضمون المقدم – وهو الأساس في نظرية الغرس – ولكنه يغير من طريقة تقديم هذا المضمون أو من مواعيد التعرض له، وبالتالي فليس له تأثير يذكر.

- وقد وجد هذا الاتجاه تأييداً من نتائج بعض الدراسات، حيث وجد **Morgan** وآخرون أن هناك علاقة بين استخدام الفيديو والاعتقاد في أن المرأة تكون أسعد حالاً عندما تنجب أطفالاً وتهتم بأمور المنزل، وهي ذات الصورة النمطية للمرأة في برامج الشبكات[٢١]. في حين لم تجد **Perse** وزملاؤها أي علاقة بين استخدام الفيديو من أجل مشاهدة البرامج في غير وقت إذاعتها **Time shifting** والشعور بالخوف من الوقوع كضحية الجرائم أو عدم الثقة في الآخرين، أي أن الفيديو لم يزد من تأثيرات الغرس[٢٢].

القسم الثاني: ويرى أنصاره أن الوظيفة الأساسية لجهاز الفيديو ليست تسجيل برامج الشبكات وإعادة مشاهدتها في غير أوقات إذاعتها، وإنما السماح بمشاهدة برامج أخرى وأفكار درامية لا يتم عرضها من خلال الشبكات **Tape viewing**، ومن ثم فهو يسمح لمالكيه بانتقائية أكبر ويأخذهم بعيداً عن التيار السائد الموجود في برامج الشبكات"[٢٣]. ويرى هؤلاء الباحثون أيضاً أن استخدام جهاز الفيديو سوف ينجم عنه تباين طقوس المشاهدة، وذلك عن طريق إبعاد المشاهدين عن الرسائل المتكررة التي تسود برامج وقت الذروة إلى برامج أخرى أكثر تخصصاً وأكثر تنوعاً[٢٤].

وقد وجد هذا الرأي تدعيماً جزئياً من نتائج بعض الدراسات، حيث وجدت **Dobrow** أن ٣٧% من كثيفي المشاهدة، ممن يملكون أجهزة فيديو، يستخدمون هذه الأجهزة في مشاهدة برامج أو مسلسلات لا تذاع في الشبكات ويتم شراؤها أو استعارتها[٢٥]. في حين وجدت **Perse** وزملاؤها أن زيادة استخدام الفيديو في مشاهدة هذه الشرائط قد زادت من تأثيرات الغرس[٢٦].

(٢) التليفزيون الكابلى (القنوات الفضائية والمدفوعة) وعملية الغرس:

وقد انقسمت الآراء حول تأثير هذه القنوات على عملية الغرس إلى قسمين:

القسم الأول: ويرى باحثوه أن التزايد في عدد هذه القنوات وإتاحتها لا يعني بالضرورة أن المشتركين فيها يتعرضون لنوعيات مختلفة من البرامج. فالتليفزيون الكابلى إنما يزود مشتركيه بنفس الأفكار التي تزودهم بها القنوات العادية، لاسيما وأن معظم الأنظمة الكابلية تملأ كثيراً من قنواتها ببرامج الشبكات العادية، ومن ثم فإن الاشتراك في هذه القنوات الكابلية سوف يزيد من مشاعر الخوف وعدم الثقة في الناس (التأثيرات العادية للتليفزيون) لأن الاشتراك في هذه القنوات سيزيد عدد ساعات مشاهدة الفرد للتليفزيون، وستزيد من فرص تعرضه لنفس المضمون الشبكى **More-of the same content** وهو ما يزيد من حدوث تأثيرات الغرس[٢٧].

القسم الثاني: ويرى باحثوه أن التليفزيون الكابلى يزيد من قدرة المشاهد على الانتقاء، لأنه يزيد الاختيارات البرامجية المتاحة له. كما أن هذا النظام الكابلى يتيح قنوات متخصصة **Very specialized channels**، وهذا المضمون الذي تحمله هذه القنوات "الأخبار – الطقس – البرامج التسجيلية – الشئون العامة..." يختلف عن مضمون برامج وقت الذروة، ويتم إنتاجها من قبل جهات أخرى غير تلك الجهات المسئولة عن إنتاج برامج وقت الذروة. ومن ثم فإن فرصة الانتقاء بين المضامين المقدمة، وفرصة التنويع في المواد المشاهدة، وكثرة القنوات المتاحة هي فروق لها تأثيرها على عملية الغرس[٢٨].

ولأن قدرة التليفزيون على غرس مشاعر الخوف وعدم الثقة هي قدرة مبنية على مضمون برامج وقت الذروة وأفكارها، والتي يتحقق عن طريقها الاتجاه السائد، فإن التأثيرات التليفزيونية (الغرس) سوف تقل لأن الكيبل يتيح مدى واسعاً من البرامج غير الشبيهة ببرامج الشبكات.

وفى ضوء الأفكار السابقة وضعت Perse وزملاؤها مجموعة من الفروض:

١. توجد علاقة ارتباطية ضعيفة بين الاشتراك في القنوات الكابلية وغرس مشاعر الخوف من الجرائم وعدم الثقة في الآخرين.

٢. الأكثر مشاهدة للقنوات الكابلية التي تبث برامج مشابهة لبرامج الشبكات هم الأكثر خوفاً والأقل ثقة في الآخرين.

٣. الأكثر مشاهدة للقنوات الكابلية المتخصصة هم الأقل خوفاً والأكثر ثقة بالآخرين.

ولم تثبت بيانات الدراسة الفرضين الأول والثالث وأثبت الفرض الثاني، وهو ما يعنى أن نتائج هذه الدراسة تتفق مع نتائج الفريق الأول ومع وجهة نظره التي ترى أن هذا المستحدث التكنولوجى سوف يزيد من تأثيرات الغرس[٢٩].

(٣) أجهزة الريموت كنترول (التحكم عن بعد) وعلاقتها بعملية الغرس:

تعتبر أجهزة التحكم عن بعد **Remote Control Devices (RCD's)** من الأجهزة ذات الأهمية في البيئة الاتصالية الجديدة **New media environment**[٣٠] وتشير بعض الدراسات إلى أن ٩٠% من المنازل الأمريكية يوجد بها جهاز الريموت[٣١] وأن ٧٠ مليون منزل في الولايات المتحدة يتوافر لديها هذا الجهاز وتستعمله[٣٢] والوظيفة الأساسية لهذه الأجهزة هي تغيير القنوات وتسلسلها حتى يصل المشاهد إلى القناة التي يرغب في مشاهدتها. وقد زادت هذه الأجهزة من قدرة المشاهد على الانتقاء، لأنها تمكنه من تغيير القنوات بسهولة دون أن يتحرك من مكانه أو يذهب إلى حيث جهاز التليفزيون[٣٣]. وعلى حد تعبير بعض الباحثين فإنه بعد ظهور "الريموت كنترول" لم يعد المشاهدون ضحية اختيارات الشبكات وتحكماتها، وإنما أصبح الاختيار من حقهم، يختارون ما يتناسب معهم، ووسيلتهم في ذلك هو الريموت[٣٤]. وعلى المستوى النظرى، فإن استخدام الريموت يتم النظر إليه على أنه جزء من نموذج المشاهد النشط **Active audience** الذي قدمه بلومر عام ١٩٧٩[٣٥].

ومن خلال مسح بعض الدراسات السابقة في مجال الريموت يمكن الخروج بعدد من المؤشرات الخاصة باستخدامه، ومنها:

١. إن استخدام الريموت كنترول يتم غالباً لتجنب البرامج والإعلانات غير المرغوبة[٣٦].

٢. يتم تغيير القنوات كل ٤-٥ دقائق، وغالباً ما يكون ذلك في أثناء الإعلانات[٣٧].

٣. إن عملية تغيير القنوات **Flipping** هي أكثر وظائف الريموت استخداماً[٣٨].

٤. يستخدم الكبار الريموت أكثر في حالة عدم وجود أطفال، ويتحكم الآباء في الريموت أكثر من الأمهات اللاتى يستخدمنه لأهداف وظيفية محددة[٣٩].

٥. الذكور يقومون بتغيير القنوات أكثر من الإناث، والشباب أكثر من الكبار[٤٠].

٦. تتم غالبة عمليات التغيير في القنوات في أول وآخر خمس دقائق من البرامج[٤١].

وعن علاقة استخدام الريموت كنترول بالغرس فقد وجد اتجاهان:

١. اتجاه يرى أن الوسائط الجديدة بصفة عامة هي وسائل تغيير في طريقة الاستقبال أكثر منها تغيير في المضمون، ومن ثم فإن الريموت كنترول لن يكون له تأثير على عملية الغرس[٤٢].

٢. الاتجاه الآخر ويرى أصحابه أن أجهزة الريموت كنترول قد تعمل على خفض الاتجاه السائد الذي جرى غرسه بواسطة البث الدرامى في وقت الإرسال الأصلي. ولأن أجهزة الريموت تعمل على زيادة الراحة في استدعاء البرامج التليفزيونية المختلفة، فإن كثرة التقليب والتنقل عبر القنوات قد "تكسر" الاتجاه السائد أو تقلل من حدته[٤٣].

وقد افترضت **Perse** وزملاؤها في دراستهم أنه:

١. توجد علاقة عكسية بين اقتناء أجهزة التحكم عن بعد والشعور بالخوف وعدم الثقة فى الآخرين.

٢. توجد علاقة عكسية بين استخدام أجهزة التحكم عن بعد والشعور بالخوف وعدم الثقة فى الآخرين.

وقد جاءت نتائج الدراسة مخالفة لهذين الفرضين، وقد أرجعت بيرس وزملاؤها ذلك إلى أن:

١. تغيير القنوات يمكن تفسيره على أن بحث انتقائى **Selective Search** لتجنب التعرض لمضمون معين.

٢. تغيير القنوات مرتبط برغبة قليلة فى مشاهدة التليفزيون بصفة عامة[٤٤].

(٤) أجهزة الكمبيوتر وعلاقتها بعملية الغرس:

يمثل دخول تكنولوجيا الحاسبات الشخصية إلى المجال الاتصالى أحد نقاط التحول المهمة فى مراحل تطور عملية الاتصال الجماهيرى وذلك من حيث قدرته على تذويب الحدود الفاصلة بين وسائل الاتصال الجماهيرى بشكلها التقليدى، وذلك من خلال أنظمة الوسائل الاتصالية المتعددة **Multi-Media** حيث تم دمج كافة معطيات الوسائل الاتصالية (الصحافة الإليكترونية – الكتاب الإليكتروني – الإذاعة – الكاسيت – التليفزيون – الفيديو – البريد الإليكترونى) فى إطار جهاز اتصالى واحد هو الكمبيوتر[٤٥].

والكمبيوتر باعتباره جوهر الثورة التكنولوجية المعاصرة، يتكامل الآن مع كل وسائل الاتصال المطبوعة والمسموعة والمرئية، ويلعب دوراً أساسياً فى تطوير العملية الاتصالية وتحسينها وتسريعها. فهو لم يعد أداة لخزن المعلومات واسترجاعها بل وسيلة اتصال[٤٦].

غير أنه لا توجد دراسة – على حد علم الباحثة – حاولت اختبار فرضية الكمبيوتر فى علاقتها بالغرس التليفزيونى، ولذا ستحاول هذه الدراسة الحالية اختبار تأثير دخول الكمبيوتر كوسيلة اتصالية فعالة على تأثيرات الغرس التليفزيونى.

ملاحظات عامة على الدراسات السابقة:

١. قلة الدراسات السابقة فى هذا الموضوع بصفة عامة، وقد يرجع ذلك إلى جدة الموضوع من ناحية، وإلى كون الفرض الرئيسى لنظرية الغرس لا يزال فى مرحلة الاختبار فى كثير من المجتمعات، وليس هناك اتفاق على صحته.

٢. إن الدراسات القليلة التى أجريت فى هذا الموضوع يغلب عليها الطابع الجدلى أكثر من الطابع الإمبيريقى. وهى تتخذ موقفاً متشدداً فى ذلك، فإما أن تؤدى الوسائل التكنولوجية الحديثة كلها إلى زيادة تأثيرات الغرس (الاتجاه الأول) أو لا تؤدى كلها إلى ذلك وتقلل منها (الاتجاه الثانى) على الرغم من وجود تباين فى خصائص هذه الوسائل الجديدة واختلاف فى سماتها، مما يجعل بعضها يزيد من تأثيرات الغرس والبعض الآخر إلى تقليلها، وهو ما سوف تختبره هذه الدراسة الحالية.

٣. إن هذه الدراسات جميعها قد أجريت على طلاب جامعيين، وقد يكون سهولة الوصول إليهم من ناحية وأهمية هذه الفئة من ناحية أخرى هى دوافع اختيارهم وهو ما يتم فى الدراسة الحالية أيضاً.

ثالثا: تحديد المشكلة البحثية:

فى ضوء الإطار النظرى للدراسة، وفى ضوء نتائج الدراسات السابقة التى تم عرضها يمكن تحديد المشكلة البحثية فى اختبار تأثير استخدام الأفراد لبعض الوسائل التكنولوجية الحديثة (الفيديو – القنوات الفضائية (الدش) – الريموت كنترول – الكمبيوتر) على طبيعة العلاقة بين حجم التعرض لبرامج التليفزيون وبعض الأبعاد النفسية الاجتماعية التى تم قياسها فى دراسات الغرس السابقة وتتمثل فى مقياسين هما: مقياس الأنوميا الاجتماعية لماكلوسكى وتشار ومقياس عدم الثقة فى الناس لروزنبرج. وذلك للإجابة عن سؤال محورى هو "هل يؤدى استخدام الأفراد للوسائل التكنولوجية الحديثة فى مجال الاتصال إلى زيادة تأثيرات الغرس أم إلى تقليلها ؟".

رابعا: فروض الدراسة

١. توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض للتليفزيون المصرى ومستوى الشعور بالأبعاد النفسية الاجتماعية المقاسة لدى طلاب الجامعات المصرية.

٢. تقل شدة العلاقة بين حجم التعرض لبرامج التليفزيون المصرى ومستوى الشعور بالأبعاد النفسية الاجتماعية المقاسة لدى طلاب الجامعات المصرية فى وجود:

أ- مستوى مرتفع من استخدام الفيديو.

ب- حجم تعرض مرتفع لبرامج الدش.

ج- معدل استخدام مرتفع للريموت كنترول.

٣. تزيد شدة العلاقة بين حجم التعرض لبرامج التليفزيون المصرى ومستوى الشعور بالأبعاد النفسية الاجتماعية المقاسة لدى طلاب الجامعات المصرية بارتفاع معدل استخدامهم لجهاز الكمبيوتر.

خامسا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

١- **منهج الدراسة:** تم الاعتماد فى هذه الدراسة على منهج المسح **Survey Method** وداخل إطار هذا المنهج تم الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة وذلك لصعوبة إجراء المسح الشامل لجميع مفردات مجتمع الدراسة.

٢- **مجتمع الدراسة:** ويشمل جميع طلاب الجامعات المصرية إضافة إلى طلاب الجامعة الأمريكية بالقاهرة، وقد بلغ إجمالى أعداد الطلاب المقيدين بها خلال العام الدراسى ٩٧/١٩٩٨م (١,٠٤٣,٧٦٥) طالباً، منهم ٥٥,٧% ذكور و ٤٤,٣% إناث، وينتمى ٧٠% منهم إلى الكليات النظرية و ٣٠% منهم إلى الكليات العملية(٤٧).

٣- **نوع العينة:** تعتبر عينة هذه الدراسة عينة حصصية **Quata sample**، حيث تم اختيار ثلاث جامعات مصرية تمثل كل جامعة إقليما جغرافيا (الزقازيق "وجه بحرى" أسيوط "وجه قبلى" حلوان "القاهرة الكبرى") وتم توزيع العينة على

الجامعات الثلاثة وفق التمثيل النسبى لها، بالإضافة إلى اختيار الجامعة الأمريكية كممثلة للتعليم الأجنبى فى مصر.

٤- **حجم العينة:** وفق المعادلة الإحصائية التى تحدد حجم العينة تم تحديد حجم العينة فى هذه الدراسة بـ ٣٨٥ مفردة. وقد تم توزيعها على النحو التالى:

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة

المتغيرات	النوع		التخصص الدراسى		المستوى الاجتماعى الاقتصادى		
الجامعة	ذكر	أنثى	نظرى	عملى	منخفض	متوسط	مرتفع
حلوان ١٠٧ %٢٧,٨	٤٦ %٢١,٤	٦١ %٣٥,٩	٧٩ %٢٨,٢	٢٨ %٢٦,٧	٦٩ %٢٧,٧	١٩ %٣٢,٢	١٩ %٢٤,٧
الزقازيق ١٦٢ %٤٢,١	١٠١ %٤٧	٦١ %٣٥,٩	١١٥ %٤١,١	٤٧ %٤٤,٨	١٢٧ %٥١	٢٤ %٤٠,٧	١١ %١٤,٣
أسيوط ٧٢ %١٨,٧	٤٧ %٢١,٨	٢٥ %١٤,٧	٦١ %٢١,٨	١١ %١٠,٥	٥٣ %٢١,٣	١٦ %٢٧,١	٣ %٣,٩
الجامعة الأمريكية ٤٤ %١١,٤	٢١ %٩,٨	٢٣ %١٣,٥	٢٥ %٨,٩	١٩ %١٨	- -	- -	٤٤ %٥٧,١
المجموع ٣٨٥ %١٠٠	٢١٥ %٥٥,٨	١٧٠ %٤٤,٢	٢٨٠ %٧٢,٧	١٠٥ %٢٧,٣	٢٤٩ %٦٤,٧	٥٩ %١٥,٣	٧٧ %٢٠

٥- **طريقة جمع البيانات:** تم جمع بيانات الدراسة المسحية من خلال المقابلة الشخصية مع المبحوثين(٤٨).

٦- **أدوات جمع البيانـــات:** تم جمع البيانات من خلال استمارة استبيان تحتوى على مقاييس الدراسة (على ما سوف يتم توضيحه). وقد تم عرضها قبل استخدامها على بعض المحكمين[٤٩] وذلك لقياس صدقها، كما تم إعادة ملء ٤٠ اســـتمارة من الطلاب وذلك لقياس الثبات، وقد اتضح أنه = ٠,٨٩ وهـــى نســـبة ثبـــات عالية.

٧- **الإطار الزمنى لجمع البيانات:** تم جمـــع بيانـــات الدراســـة المســـحية خـــلال الأسبوعين الأخيرين من شهر فبراير والأســـبوع الأول مـــن شـــهر مـــارس ١٩٩٩م.

سادسا: تعريف مفاهيم الدراسة:

١. **حجم التعرض للتليفزيون:** ويعنى عدد ساعات تعرض الأفراد يوميـــاً لبـــرامج التليفزيون المصرى، وتم تقسيمهم إلى ثلاث فئات هى:

- **قليلو التعرض:** وهم الأفراد الذين يشاهدون التليفزيون لمدة تقل عن ســـاعة يومياً.
- **متوسطو التعرض:** وهم الأفراد الذين يشاهدون التليفزيون لمدة تتراوح بـــين ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً.
- **كثيفو التعرض:** وهم الأفراد الذين يشاهدون التليفزيون لمدة تزيد عن ثـــلاث ساعات يومياً.

٢. **حجم التعرض للدش:** ويعنى عدد ساعات تعرض الأفراد يومياً لبرامج الـــدش، وتم تقسيمهم إلى ثلاث فئات هى:

- **قليلو التعرض:** وهم الأفراد الذين يشاهدون الدش لمدة تقل عن ساعة يومياً.
- **متوسطو التعرض:** وهم الأفراد الذين يشاهدون الدش لمدة تتراوح بين ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً.
- **كثيفو التعرض:** وهم الأفراد الذين يشاهدون الدش لمدة تزيـــد عـــن ثـــلاث ساعات يومياً.

٣. **معدل استخدام الفيديو:** وقد تم تكوين مقياس مكون من تسع درجات موزعة على ثلاث أبعاد هى:

- عدد ساعات مشاهدة الفيديو أسبوعيا.
- عدد أيام مشاهدة الفيديو أسبوعيا.
- نوعية الشرائط التى يتم مشاهدتها من خلال الفيديو (نفس برامج التليفزيون – مواد لا تذاع فى التليفزيون).

وقد تم تصنيف المبحوثين وفق إجاباتهم إلى ثلاث مجموعات هى:

- **قليلو الاستخدام:** وهم من يحصلون على ثلاث درجات فأقل.
- **متوسطو الاستخدام:** وهم من يحصلون على درجات تتراوح بين ٤-٦ درجات.
- **كثيفو الاستخدام:** وهم من يحصلون على سبع درجات فأكثر.

٤. **معدل استخدام الكمبيوتر:** ويعنى عدد ساعات استخدام الأفراد للكمبيوتر يومياً، وقد تم تقسيم مستخدميه إلى ثلاث فئات هى:

- **قليلو الاستخدام:** وهم من يستخدمون الجهاز أقل من ساعة يوميا.
- **متوسطو الاستخدام:** وهم من يستخدمون الجهاز لمدة تتراوح بين ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يوميا.
- **كثيفو الاستخدام:** وهم من يستخدمون الجهاز لأكثر من ثلاث ساعات يوميا.

٥. **ملكية الريموت:** وقد تم تقسيم المبحوثين إلى فئتين هما:

- **مالكو الريموت:** وهم الأفراد الذين يملكون جهاز ريموت ويستخدمونه بالفعل.
- **غير مالكى الريموت:** وهم الأفراد الذين لا يملكون جهاز الريموت أو يملكونه ولكنهم لا يستخدمونه.

٦. **مقياس الأنومى:** الأنومى حالة اجتماعية نفسية تعنى فقدان المعايير أو اللامعيارية، أى فقدان الاتجاه فى الحكم على السلوك الاجتماعى، وتظهر هذه

الحالة بصفة خاصة فى أوقات التغيرات الاجتماعية العنيفة، والأنومى يعبر عن حالة المجتمع عندما تفقد القيم سطوتها ولم تكن قد ظهرت محلها مثل عليا وأهداف ومعايير اجتماعية جديدة، فالأنومى هو الحالة الاجتماعية التى يشعر فيها كل فرد أو كل جماعة اجتماعية، أن عليه أن يبحث بنفسه عن طريق لنفسه دون أن يلتزم بطريق معين[٥٠].

وهناك مقاييس كثيرة للأنومى تستخدم منها الباحثة مقياس ماكلوسكى وتشار[٥١] Mcclosky & Schaar وهو يتكون من ثمانية عبارات، تصاغ بطريقة ليكرت من موافق جداً إلى معارض جداً يختار المبحوث واحدة من الإجابات الخمس، ومن عبارات المقياس:

١. إن كل شئ فى عصرنا هذا يتغير بسرعة لدرجة يفقد معها الإنسان القدرة على توقع ما هو قادم.
٢. ما ينقصنا حقيقة فى هذه الأيام هو الحب الخالص الذى كان سائداً فيما مضى.
٣. وسط هذه الفوضى التى نعيشها من الصعب على الإنسان أن يعرف ماذا يفعل من يوم إلى آخر.
٤. فى عصرنا الذى أصبح كل شئ فيه غير مؤكد، من الصعب توقع حدوث شئ.
٥. كثيراً ما أشعر بأن القيم الجميلة التى يحرص عليها آباؤنا غير قابلة للتنفيذ فى حياتنا المعاصرة.
٦. مشكلة العالم حالياً أن الناس لم يعودوا يؤمنون فيه بأى شئ.
٧. الناس فى الماضى كانوا أسعد حالاً من اليوم.
٨. أشعر بأن كثيراً من الناس أكثر قدرة منى على تحديد ما هو الصواب فى هذه الحياة.

٧. **مقياس عدم الثقة فى الناس:** وتم استخدام مقياس روزنبرج (١٩٥٧) Rosenberg(٥٢). ويتكون هذا المقياس من خمس عبارات بطريقة ليكرت تبدأ من موافق جداً وتنتهى بمعارض جداً مروراً بمحايد. وكانت عبارات المقياس على النحو التالى:

١. الناس لا يهتمون فى هذه الأيام إلا بأنفسهم.

٢. يجب أن تكون حريصاً جداً ويقظاً فى تعاملك مع الناس.

٣. يمكن للناس فى هذه الأيام أن يستغلوك لو سنحت لهم الفرصة لذلك.

٤. الطبيعة البشرية قائمة فى أصولها على الصراع بين البشر.

٥. مهما حدث لك من مشاكل فلن يهتم أحد من الناس بذلك.

٨. **المستوى الاجتماعى الاقتصادى:** وقد تم تكوين مقياس مجموع درجاته (٣٢) درجة ويتكون من الأبعاد التالية:

- امتلاك الأسرة لبعض الأجهزة غالية الثمن.
- المنطقة السكنية.
- السفر للخارج.
- نوعية المدارس التى تعلم بها.

وقد تم تقسيم المبحوثين وفق الدرجات التى حصلوا عليها إلى ثلاث فئات:

- **مستوى اجتماعى اقتصادى منخفض:** وهم من يحصلون على عشر درجات فأقل.
- **مستوى اجتماعى اقتصادى متوسط:** وهم الذين يحصلون على درجات تتراوح بين ١١-٢١ درجة.
- **مستوى اجتماعى اقتصادى مرتفع:** وهم من يحصلون على ٢٢ درجة فأكثر.

ويمكن بيان مقاييس الدراسة وتوزيع الأفراد عليها فى الجدول رقم (٢).

سابعا: المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم إجراء التحليل الإحصائى لبيانات هــذه الدراســة مــن خــلال البرنــامج الإحصائى **SPSS** وقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- اختبار كا^{٢}.
- معامل التوافق.
- اختبار "ت".
- اختبار تحليل التباين.
- معاملات الارتباط الجزئية والمتعددة.
- حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية للمتغيرات المختلفة.

جدول رقم (٢)

خصائص مقاييس الدراسة وتوزيع الأفراد عليها

الخصائص / المقياس	مجموع الدرجات	متوسط M	انحراف معيارى SD	التوزيع		
				منخفض	متوسط	مرتفع
حجم التعرض للتليفزيون: ن=٣٦٩	٣	٢,٤	٠,٧٧	٢٢ %٦	١٣٦ %٣٦,٩	٢١١ %٥٧,٢
حجم التعرض للدش ن=٦٤	٣	١,٧	٣,٩	١ %١,٦	٣٥ %٥٥,٦	٢٧ %٤٢,٨
معدل استخدام الفيديو ن=١٧٨	٩	٥,٢	٣,١٦	٣٥ %١٩,٧	٨٦ %٤٣,٣	٥٧ %٣٢
معدل استخدام الكمبيوتر: ن=٨٠	٣	٢,٥	٥,١	٩ %١١,٣	٥٤ %٦٧,٥	١٧ %٢١,٣
ملكية الريموت ن = ٢٢٢	–	–	–	–	–	–
مقياس الأنومى ن = ٣٨٥	٨ عبارات ×٥ درجات=٤٠ درجة	٣٠,٧	٥,١	أقل من ٢٠° ٧٥ %١٩,٥	٢٠-٣٠° ١١٩ %٣٠,٩	٣٠-٤٠° ١٩١ %٤٩,٦
مقياس عدم الثقة ن = ٣٨٥	٥ عبارات ×٥ درجات=٢٥ درجة	١٩,٣	٣,٤	أقل من ١٥° ٤٩ %١٢,٧	١٥-٢٥° ١٨٦ %٤٨,٣	٢٠-٢٥° ١٥٠ %٣٩

ثامنا: نتائج الدراسة:

**** النتائج العامة:**

أ- معدل استخدام مفردات العينة لوسائل الاتصال الحديثة وعلاقته ببعض المتغيرات:

(١) التليفزيون:

تشير بيانات الدراسة المسحية إلى أن ٩٦% (٣٦٩ مفردة) من عينة الدراسة يتعرضون لبرامج التليفزيون المصرى، فى حين أن ٤% (١٦ مفردة) لا يتعرضون لها، أما لأسباب دينية (١,٣%) أو عدم وجود الوقت الكافى (٠,٩%) أو تفضيل برامج الدش عليها (١,٨%).

كما تشير بيانات الدراسة إلى أن معظم مفردات العينة يشاهدون التليفزيون المصرى أكثر من ثلاث ساعات يومياً (٥٧,٢%) وأن (٣٦,٩%) يشاهدونه من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات فى حين أن ٦% فقط يشاهدونه لمدة تقل عن ساعة يومياً.

كما تشير الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين النوع وحجم التعرض (كا٢ = ١١,٣ مستوى معنوية = ٠,٠٠١ معامل توافق = ٠,١٧ معامل بيرسون = ٠,١٦) وأن الإناث (SD =٠,٦، M =٢,٧) أكثر تعرضاً من الذكور (SD =٠,٧، M =٢,٣) حيث إن قيمة (ت)= ٣,٤٥ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١).

كما وجدت الدراسة علاقة ارتباطية عكسية بين المستوى الاجتماعى الاقتصادى وحجم التعرض (كا٢ = ٥٥,٢ مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠) معامل توافق=٠,٣٦ بيرسون=٠,٥٣) وبإجراء اختبار (ت) وجد أن الأقل فى المستوى الاجتماعى الاقتصادى أكثر تعرضاً وبفروق دالة (SD =٠,٥٦، M =٢,٦) على الأعلى فى المستوى الاقتصادى (SD =٠,٧٤، M =١,٨)، حيث إن قيمة (ت)= ٩,٧١ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠).

كما تشير الدراسة إلى وجود فروق دالة بين الجامعات الأربعة على مقياس حجم التعرض، حيث إن قيمة F= ٢٧,٠٥ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ وظهر أن هناك فروقاً ذات دلالة فى حجم التعرض بين الجامعة الأمريكية (M =١,٧) وكل من حلوان (M =٢,٥) وأسيوط (M =٢,٦) والزقازيق (M =٢,٧) كما أن هناك فروقاً ذات دلالة بين حلوان والزقازيق لصالح الزقازيق.

فى الوقت نفسه لم تجد الدراسة أى علاقة بين التخصص الدراسى وحجم التعرض (كا^{٢}= ١,٣ مستوى معنوية = ٠,٥٣).

(٢) الدش:

تشير بيانات الدراسة إلى أن ٦٣ مفردة ١٦,٤% يتعرضون لبرامج الدش. وأن ٤٢,٨% (النسبة إلى ٦٣ مفردة) منهم يتعرضون لمدة تزيد عن ثلاث ساعات يومياً، وأن ٥٥,٦% يتعرضون له من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، فى حين أن ١,٦% فقط يتعرضون له لمدة تقل عن ساعة يومياً.

ولم تجد الدراسة أى علاقة بين كل من (النوع – التخصص الدراسى – المستوى الاجتماعى الاقتصادى) وحجم التعرض للدش حيث أن قيم كا٢ على التوالى هى (١,١– ٠,٨٧– ٨,٣) وهى قيم غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥ (٠,٥٩– ٠,٦٤– ٠,٠٧). فى حين وجدت الدراسة فروقاً دالة بين الجامعات الأربعة على مقياس حجم التعرض للدش، حيث إن قيمة F= ٧,٥ وهى دالة عند مستوى معنوية =٠,٠٠٠ وقد اتضح أن هناك فروقاً ذات دلالة بين الجامعة الأمريكية من ناحية (M =٢,٧) والجامعات الثلاثة من ناحية أخرى (أسيوط M=٢,٢، حلوان M=٢,٠٧، الزقازيق= M =٢,١١).

(٣) الفيديو:

تشير بيانات الدراسة المسحية إلى أن ٤٦,٢% (١٧٨ مفردة) من مفردات العينة يمتلكون جهاز الفيديو فى بيوتهم، وأن ٣٢% منهم يستخدمونه بشكل مكثف، وأن ٤٨,٣% يستخدمونه بشكل متوسط، فى حين أن ١٩,٧% يستخدمونه بشكل

منخفض (أنظر تعريف معدل استخدام الفيديو)، ولم تجد الدراسة أى علاقة بين كل من (النوع – التخصص الدراسى – نوع الجامعة) ومعدل استخدام الفيديو، حيث إن قيم كا٢ على التوالى هى: (٠,١٢- ١,٣- ٤,٩) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥. (٠,٩٤- ٠,٥٣- ٠,٥٩).

فى حين وجدت الدراسة علاقة ارتباطية إيجابية بين المستوى الاجتماعى الاقتصادى ومعدل استخدام الفيديو، (كا٢= ١٩,١، مستوى المعنوية= ٠,٠٠٠ معامل التوافق= ٠,٣١ معامل بيرسون= ٠,٤١) وعن مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأعلى فى المستوى الاجتماعى الاقتصادى والأقل فيه على معدل استخدام الفيديو، تم إجراء اختبار (ت) حيث تبين أن الأعلى فى المستوى الاقتصادى (M =١,٧٩ ،SD =٠,٧٧) أكثر استخداما للفيديو وبفروق دالة عن الأقل فى المستوى الاقتصادى (M =١,٣٢ ،SD =٠,٦٢) حيث إن قيمة (ت)= ٥,٤٨ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

(٤) الريموت كنترول:

تشير بيانات الدراسة إلى أن ٥٧,٧% (٢٢٢ مفردة) من مفردات العينة لديهم ريموت كنترول، وأن ١٩,٤% منهم لا يستخدمونه إلا بعد انتهاء البرنامج أو المسلسل (نمط انتظارى)، وأن ٣٦% منهم يستخدمونه بكثرة بحثاً عن برنامج أو مسلسل أفضل (نمط تفضيلى) فى الوقت الذى يستخدمه ٤٤,٦% منهم بكثرة لمجرد معرفة ما يذاع فى القنوات الأخرى (نمط استكشافى) وهذا هو النمط الشائع بينهم.

ولم تجد الدراسة أى علاقة بين كل من (النوع، التخصص الدراسى، المستوى الاجتماعى الاقتصادى، نوع الجامعة) وملكية الريموت، حيث إن قيم كا٢ على التوالى هى: (٢,٩- ٢,٦- ٧,٩- ١١,١) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

(٥) الكمبيوتر:

تشير بيانات الدراسة إلى أن ٢٠,٨% (٨٠ مفردة) من مفردات العينة يمتلكون

أجهزة كمبيوتر، وأن ١١,٣% منهم يستخدمونه بشكل منخفض، وأن الغالبية ٦٧,٥% يستخدمونه بشكل متوسط في الوقت الذى يستخدمه ٢١,٢% بشكل مرتفع.

ولم تجد الدراسة أى علاقة بين كل من (النوع، التخصص الدراسى) ومعدل استخدام الكمبيوتر، حيث أن قيم كا٢ على التوالى هى (٢,٢- ٢,٢) وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ فى حين أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين المستوى الاجتماعى الاقتصادى ومعدل استخدام الكمبيوتر، (كا٢= ٩,٢ مستوى معنوية = ٠,٠٠٠ معامل التوافق= ٠,٣٢ بيرسون= ٠,٧١) كما وجدت الدراسة أن هناك فروقا ذات دلالة بين الأعلى فى المستوى الاقتصادى (SD =٣,٥، M =١١,٨) والأقل فيه (SD =٢,٥، M =٩,٢) على متغير معدل استخدام الكمبيوتر، حيث إن قيمة (ت)= ٢,٦٨ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٩).

كما وجدت الدراسة أن هناك فروقاً ذات دلالة بين طلاب الجامعات الأربعة على متغير معدل استخدام الكمبيوتر حيث إن قيمة F = ١٤,٩ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (P=٠,٠٠٠) وأن الفرق كانت بين الجامعة الأمريكية من ناحية والجامعات الثلاثة الأخرى (حلوان – أسيوط- الزقازيق على التوالى) من ناحية أخرى لصالح طلاب الجامعة الأمريكية.

(ب) مستوى الشعور بالأبعاد النفسية- الاجتماعية لدى الطلاب وعلاقته ببعض المتغيرات:

(١) الأنومى:

تشير بيانات الدراسة إلى أن نصف العينة تقريبا (٤٩,٦%) لديهم مستوى مرتفع من الشعور بالأنومى، وأن ٣٠,٩% لديهم مستوى متوسط فى حين أن ١٩,٥% فقط لديهم شعور منخفض به.

ولم تجد الدراسة علاقة بين النوع ومستوى الشعور بالأنومى (كا٢= ٣,٧، مستوى معنوية= ٠,١٥) فى حين تشير البيانات إلى وجود علاقة ارتباطية بين التخصص الدراسى ومستوى الشعور بالأنومى (كا٢= ٧,٠، مستوى معنوية=

٠,٠٣، معامل توافق= ٠,١٣ معامل بيرسون= ٠,١١)، وبإجراء اختبار (ت) وجد أن طلاب الكليات النظرية (SD =٠,٠٥، M =٣١,١) أكثـر شـعوراً بـالأنومى وبفروق دالة عن طلاب الكليات العملية (SD =٥,١٨، M =٢٩,٨) حيث إن قيمة (ت)= ٢,٢٩ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢).

كما تشير البيانات إلى وجود علاقة ارتباطيـة بـين المسـتوى الاجتمـاعى الاقتصادى ومستوى الشعور بالأنومى (كا٢= ٢٢,٣، مستوى معنويـة= ٠,٠٠٠، معامل توافق= ٠,٢٣ معامل بيرسون= ٠,٢٥)، وبإجراء اختبار (ت) وجد أن الأقل فى المستوى الاقتصادى (M =٣١,٢٢) أكثر شعوراً بالأنومى وبفروق دالة عـن الأعلى فى المستوى الاقتصادى (M=٢٨,٨) حيث إن قيمة (ت)= ٣,٧٤ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠).

كما تشير البيانات إلى وجود فروق دالة بين طلاب الجامعات الأربعة علـى مقياس مستوى الشعور بالأنومى، حيث إن قيمة F= ١٦,٣ وهى دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠). وأن هذه الفروق توجد بين الجامعات الثلاثة من ناحية (أسـيوط M=٣٠,٧٦، حلوان M=٣٠,٨١، الزقازيق M=٣١,٩٧) والجامعة الأمريكية مـن ناحية أخرى (M=٢٦,٢) أى أن طلاب الجامعة الأمريكية هم الأقل فـى مسـتوى الشعور بالأنومى، وأن طلاب جامعة الزقازيق هم الأكثر شعوراً به.

(٢) عدم الثقة فى الناس:

تشير بيانات الدراسة إلى أن ٣٩% من مفردات العينة لديهم مستوى مرتفع من عدم الثقة فى الناس والشك فيهم، وأن حوالى نصف العينة (٤٨,٣%) لديهم مستوى متوسط، فى حين ١٢,٧% فقط لديهم مستوى منخفض من عدم الثقة.

ولم تجد الدراسة أى علاقة بين كل من (النوع، التخصص الدراسى، المستوى الاجتماعى الاقتصادى) ومستوى الشعور بعدم الثقة، حيث إن قيم كا٢ على التوالى هى (٠,٣٤- ٠,٩١- ٠,٤٦) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر مـن ٠,٠٥ (٠,٨٤- ٠,٦٣- ٠,٩٧).

فى حين تشير البيانات إلى وجود فروق دالة بين طلاب الجامعات الأربعة على مقياس عدم الثقة، حيث أن قيمة F= ٤,٠٧ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٧). وقد تبين أن هذه الفروق توجد بين جامعة حلوان (M=١٩,٨٤) من ناحية والجامعة الأمريكية (M=١٨,٠)، وأسيوط (M=١٨,٦٩) من ناحية أخرى، كما توجد بين جامعة الزقازيق (M=١٩,٥٤) من ناحية والجامعة الأمريكية وأسيوط من ناحية أخرى.

نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض لبرامج التليفزيون المصرى ومستوى الشعور بالأبعاد النفسية – الاجتماعية المقاسة لدى طلاب الجامعات المصرية.

ويمكن تفصيل الفرض الأول على النحو التالى:

أ- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض لبرامج التليفزيون المصرى ومستوى الشعور بالأنومى لدى طلاب الجامعات المصرية.

لاختبار هذا الفرض تم تكوين الجدول الثنائى التالى وحساب كا^2:

جدول رقم (٣)

حجم التعرض للتليفزيون المصرى وعلاقته بمستوى الأنومى لدى طلاب الجامعات المصرية

حجم التعرض / مستوى الأنومى	منخفض		متوسط		مرتفع		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	٩	١٣,٨	٥	٤,٤	٨	٤,٣	٢٢	٦
متوسط	٢٧	٤١,٦	٤٩	٤٢,٦	٦٠	٣١,٧	١٣٦	٣٦,٨
مرتفع	٢٩	٤٤,٦	٦١	٥٣	١٢١	٦٤	٢١١	٥٧,٢
المجموع	٦٥	١٧,٦	١١٥	٣١,٢	١٨٩	٥١,٢	٣٦٩	١٠٠

كا^2= ٣١,٣ درجات الحرية=٤ مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠٥

معامل التوافق=٠,٢٧ معامل بيرسون=٠,٣٠

ومن الجدول السابق يتضح أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض للتليفزيون المصرى ومستوى الأنومى لدى الطلاب، حيث إن قيمة كا^{٢} = ٣١,٣% وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٥) ولقياس شدة العلاقة بين المتغيرين تم حساب معامل التوافق وكان ٠,٢٧ وهى علاقة ذات دلالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١) أما معامل ارتباط بيرسون فكان ٠,٣٠.

ولاختبار مدى معنوية الاختلاف فى متوسطات الأنومى لدى كثيفى المشاهدة وقليليها تم إجراء اختبار (ت) وهو ما تتضح نتائجه فى الجدول التالى:

جدول رقم (٤)

نتائج اختبار (ت) لمعنوية الاختلاف بين كثيفى التعرض وقليليها على متغير مستوى الأنومى

المجموعات	عدد	متوسط الأنومى M	انحراف معيارى SD	قيمة الاختلاف بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى المعنوية
قليلو المشاهدة	٢٢	٢٧,٨	٦,٠٥	٤,٠	**٣,٧٥	٠,٠٠٤
كثيفو المشاهدة	٢١١	٣١,٨	٤,٦٢			

ويتضح من الجدول السابق أن هناك اختلافاً فى مستوى الأنومى بين الأكثر تعرضاً لبرامج التليفزيون المصرى والأفراد الأقل تعرضاً لها. فالأكثر تعرضاً هم الأعلى فى مستوى الشعور بالأنومى، حيث إن قيمة (ت)= ٣,٧٥ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٤).

وعلى هذا نقبل الفرض الأول

(أ) القائل "توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض لبرامج التليفزيون المصرى ومستوى الشعور بالأنومى لدى طلاب الجامعات المصرية".

(ب) توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض لبرامج التليفزيون المصرى ومستوى الشعور بعدم الثقة فى الناس لدى طلاب الجامعات المصرية.

لاختبار هذا الفرض تم تكوين جدول ثنائي للمتغيرين وحساب كا٢، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بينهما، حيث أن كا٢= ٩,١ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

ولمعرفة شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق وكان= ٠,٠٩ أما معامل بيرسون فكان ٠,١٠ وهى دلالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٤).

ولمعرفة وجود فروق ذات دلالة بين كثيفى التعرض وقليليه على مقياس عدم الثقة تم إجراء اختبار (ت). واتضح أن هناك اختلافاً فى مستوى عدم الثقة بين الأكثر تعرضاً (SD=٣,٤، M=١٩,٤٩) والأقل تعرضاً (SD=٣,٣٤، M=١٨,٨٤) لصالح الأكثر تعرضاً وكانت قيمة (ت)= ٢,٦ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

وعلى هذا نقبل الفرض الأول (ب) القائل "توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى الشعور بعدم الثقة فى الناس لدى طلاب الجامعات المصرية".

ومن أ، ب نقبل الفرض الأول.

الفرض الثانى: تقل شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون المصرى ومستوى الشعور بالأبعاد النفسية الاجتماعية المقاسة لدى طلاب الجامعات المصرية فى وجود:

أ. مستوى مرتفع من استخدام الفيديو.

ب. مستوى مرتفع من التعرض لبرامج الدش.

ج. ملكية

اختبار الفرض الثانى (أ):

لاختبار هذا الفرض تم:

أولا: اختبار العلاقة بين معدل استخدام الفيديو وكل من (الأنومى- عدم الثقة) وقد اتضح أنه لا توجد علاقة بينهم حيث أن قيم كا٢ على التوالى هى (٠,١٠- ١,٠٧) وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٣- ٠,٧٦).

ثانيا: اختبار معامل الارتباط المتعدد بين حجم التعرض للتليفزيون المصرى ومستوى الأنومى فى وجود الفيديو، وقد تبين أن شدة العلاقة = ٠,٢٥ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

ولما كانت شدة العلاقة الأصلية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى الأنومى (بيرسون)= ٠,٣٠ إذا يمكن القول إن شدة العلاقة قد قلت بمعدل ٠,٠٥ فى وجود الفيديو وبقياس شدة العلاقة مرة أخرى بين حجم التعرض ومستوى الأنومى مع ضبط متغير معدل استخدام الفيديو زادت شدة العلاقة مرة أخرى وأصبحت ٠,٢٩ أى أن شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى الأنومى تقل فى وجود معدل استخدام مرتفع للفيديو، وتزيد فى حالة ضبط المتغير.

وبالنسبة لاختبار معامل الارتباط المتعدد بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى عدم الثقة فى الناس فى وجود الفيديو. فقد تبين أن شدة هذه العلاقة هى ٠,١٠ وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ أى أن شدة العلاقة ظلت كما هى ولكنها أصبحت غير دالة فى حالة إجراء الارتباط المتعدد. وبضبط متغير "معدل استخدام الفيديو" وقياس شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى عدم الثقة ارتفعت شدة هذه العلاقة إلى ٠,٢٩ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ أى أن شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى عدم الثقة فى الناس قد قلت وأصبحت غير ذات دلالة فى وجود الفيديو كمتغير وسيط وزادت وأصبحت دالة فى حالة ضبطه.

وعلى هذا ومن خلال العرض السابق نقبل الفرض القائل "تقل شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون المصرى ومجموعة المقاييس النفسية الاجتماعيــة فــى وجود معدل مرتفع من استخدام الفيديو".

اختبار الفرض الثانى (ب):

باختبار معامل الارتباط المتعدد بين حجم التعــرض للتليفزيــون ومســتوى الأنومى فى وجود الدش وجد أن شدة هذه العلاقة= ٠,٢٩ وهى دالة عند مســتوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠) أى أن شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيــون ومستوى الأنومى (٠,٣٠) قد انخفضت بمعدل ٠,٠١ فى وجود الدش. وبقياس شدة العلاقة مرة أخرى بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى الأنومى مع ضبط متغير حجم التعرض للدش زادت العلاقة إلى ٠,٣٥ أى أن شدة العلاقة تقل فــى وجــود مستوى مرتفع من التعرض للدش وتزيد فى حالة ضبطه.

وبالنسبة لاختبار معامل الارتباط المتعدد بــين حجــم التعــرض للتليفزيــون المصرى ومستوى عدم الثقة فى الناس فى وجود حجم مرتفع من التعرض للــدش، فقد تبين أن شدة هذه العلاقة هى ٠,٠٨ وهى دالة عند مستوى معنوية أكبــر مــن ٠,٠٥ أى أن شدة العلاقة بين المتغيرين (٠,١٠) قد قلت فى وجود الدش وأصبحت غيــر معنوية. وبضبط متغير "حجم التعرض للدش" وقياس شدة العلاقة بين حجــم التعرض للتليفــزيون ومستوى عدم الثقة فى الناس زادت شدة هذه العلاقــة مــرة أخرى وأصبحت ٠,١١ أى أن شدة العلاقة بين حجم التعرض لبرامج التليفزيــون ومستوى الشعور بعدم الثقة قد قلت فى وجود الدش كمتغير وسيط وزادت فى حالة ضبطه.

وعلى هذا ومن خلال العرض السابق نقبل الفرض القائل "تقل شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون المصرى ومجموعة المقاييس النفسية الاجتماعية بارتفاع مستوى التعرض لبرامج الدش".

اختبار الفرض الثانى (ج):

باختبار معامل الارتباط المتعدد بين حجم التعـرض للتليفزيـون ومسـتوى الأنومى فى وجود الريموت كنترول وجد أن شدة هذه العلاقة = ٠,٣٠ وهى دالـة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ أى أن شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى الأنومى (٠,٣٠) لم تتغير فى وجود الريموت كنترول، وبضـبط متغيـر ملكية الريموت لم تتغير شدة العلاقة. أى أن ملكية الريموت لا تؤثر فـى طبيعـة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى الأنومى.

وبالنسبة لاختبار معامل الارتباط المتعدد بـين حجـم التعـرض للتليفزيـون المصرى ومستوى عدم الثقة فى الناس فى وجود الريموت كنتـرول ظلـت شـدة العلاقة كما هى ٠,١٠ وكذلك فى حالة ضبط المتغير. أى أن شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون المصرى ومستوى الشعور بعدم الثقة لم تتغير فى حالة وجود الريموت كنترول أو فى حالة ضبطه.

وعلى هذا ومن خلال العرض السابق نرفض الفرض القائل "تقل شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون المصرى ومجموعة المقاييس النفسية الاجتماعية فى وجود الريموت كنترول".

الفرض الثالث:

تزيد شدة العلاقة بين حجم التعرض لبرامج التليفزيون المصـرى ومسـتوى الشعور بالأبعاد النفسية – الاجتماعية المقاسة لدى طـلاب الجامعـات المصـرية بارتفاع معدل استخدامهم لجهاز الكمبيوتر.

باختبار معامل الارتباط المتعدد بين حجم التعـرض للتليفزيـون ومسـتوى الأنومى فى وجود الكمبيوتر وجد أن شدة هذه العلاقة= ٠,٣٣ وهـى دالـة عنـد مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠) ولما كانت شدة العلاقة الأصلية بين حجم التعرض للتليفزيون المصرى ومستوى الأنومى هى ٠,٣٠ إذا يمكن القول إن شدة

العلاقة قد زادت بمعدل ٠,٠٣ في وجود الكمبيوتر. وبقياس شدة العلاقة مرة أخرى بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى الأنومى مع ضبط متغير معدل استخدام الكمبيوتر انخفضت شدة العلاقة إلى ٠,٢١ أى أن شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى الأنومى تزيد فى وجود معدل استخدام مرتفع للكمبيوتر، وتنخفض فى حالة ضبطه.

وبالنسبة لاختبار معامل الارتباط المتعدد بين حجم التعرض للتليفزيون المصرى ومستوى عدم الثقة فى الناس فى وجود الكمبيوتر، وجد أن شدة هذه العلاقة = ٠,١١ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، ولما كانت شدة العلاقة الأصلية هى ٠,١٠ إذا يمكن القول إن شدة العلاقة قد زادت بمعدل ٠,٠١ فى وجود الكمبيوتر. وبقياس شدة العلاقة مرة أخرى مع ضبط متغير معدل استخدام الكمبيوتر انخفضت شدة العلاقة إلى ٠,٠٩ أى أن شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى عدم الثقة فى الناس قد زادت فى وجود الكمبيوتر كمتغير وسيط وقلت فى حالة ضبطه.

وعلى هذا ومن خلال العرض السابق نقبل الفرض القائل "تزيد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون المصرى ومستوى الشعور بالأبعاد النفسية – الاجتماعية بارتفاع معدل استخدام الكمبيوتر".

تاسعاً: مناقشة نتائج الدراسة:

(١) تشير نتائج هذه الدراسة إلى ارتفاع معدل استخدام مفردات العينة للمستحدثات الاتصالية إضافة إلى التليفزيون، (التليفزيون ٩٦%، الفيديو ٤٦,٢%، الدش ١٦,٤%، الريموت ٥٧,٧%، الكمبيوتر ٢٠,٨%) ويمكن تفسير هذه النتيجة فى ضوء عاملين: الأول: خصائص العينة ذاتها من حيث كونها عينة ذات خصائص ثقافية وتعليمية خاصة (باعتبارهم شباباً جامعيين). الثانى: الرخص النسبى والانخفاض المستمر فى أسعار هذه الأجهزة، مما جعلها متاحة لدى عدد كبير من الأفراد.

(٢) تشير نتائج هذه الدراسة إلى ارتفاع مستوى الشعور بالأنومى وعدم الثقة فى الناس لدى طلاب الجامعات المصرية (عينة الدراسة). ويمكن تفسير هذه النتيجة فى ضوء الظروف الثقافية والمجتمعية التى يمر بها الشباب المصرى... ومنها:

- الفراغ الثقافى والفكرى والعقائدى الذى يستشعره الشباب كنتيجة لعدم وضوح موقفه الاجتماعى وضعف انتمائه السياسى الراجع أساساً إلى قصور التنشئة السياسية وانعدام المشاركة فى معارك النضال من أجل التحول الاجتماعى فى مصر.
- التناقض الثقافى العام بسبب تعدد نماذج الثقافة وعدم وجود نقاط التقاء بين عناصرها المتضاربة.
- الفروق الواضحة بين السياسات المعلنة والممارسات القائمة فى كثير من مجالات الحياة.
- التغالى فى الطموح وثورة التوقعات بين الشباب الجامعى[٥٣].

هذا بالإضافة إلى ظروف مرحلة المراهقة نفسها وخصائصها من حيث كونها "مرحلة أزمة"[٥٤]، وظروف العملية التعليمية بما تشهده من تقلبات وتغيرات سريعة دون تبرير أو تفسير.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج كل من أحمد خيرى حافظ (١٩٨١)، زينب محمد النجار (١٩٨١)، عبد السميع سيد أحمد (١٩٨١)، محمد إبراهيم عيد (١٩٨٧)، إدريس عزام (١٩٨٩)، سيد عبد العال (١٩٩١)، أحمد فاروق حسن (١٩٩٢)، أيمن منصور ندا (١٩٩٧)[٥٥].... وغيرهم.

(٣) تشير نتائج الدراسة إلى إمكانية قبول الفرض القائل "توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض للتليفزيون المصرى ومستوى الشعور بالأبعاد النفسية- الاجتماعية المقاسة لدى طلاب الجامعات المصرية، وقد بنى هذا

الفرض على نتائج الدراسات التى أجريت لاختبار نظرية الغرس سواء على المستوى الدولى، أو داخل الولايات المتحدة، والتى أثبتت وجود علاقة بين حجم التعرض للتليفزيون وبعض الأبعاد النفسية والاجتماعية لدى الأفراد كالخوف(٥٦). والشعور بوضاعة العالم(٥٧) والاغتراب(٥٨) والمرض العقلى(٥٩) والميل إلى العنف(٦٠) والنفور والرغبة فى الهجرة(٦١)... وغيرها.

وتقوم هذه الدراسات على أساس "أن وسائل الإتصال الجماهيرية وعلى رأسها التليفزيون تحدث آثاراً قوية على إدراك الناس للعالم الخارجى، وخاصة أولئك الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة منتظمة، وبالتالى فإن الصور الذهنية السائدة لدى جماعة ما تكون ناتجة عن تكرار تعرض أفراد هذه المجموعة لأنواع خاصة من الرسائل الجماهيرية"(٦٢).

وعلى مستوى الدراسات العربية تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات عادل فهمى البيومى(٦٣)، ماهيناز رمزى(٦٤)، عبد اللطيف العوفى(٦٥)، أيمن منصور ندا(٦٦)،... وغيرها.

وإن كانت هذه النتيجة تختلف مع ما توصلت إليه حنان عزت(٦٧). حيث لم يثبت أى من فروضها الستة فى دراستها التى أجريت حول "تأثير المسلسلات الأمريكية الاجتماعية على إدراك طلاب المدارس الثانوية للعلاقات الاجتماعية"، ويمكن تفسير ذلك فى ضوء اختلاف طبيعة العينة وخصائصها، واختلاف طبيعة الموضوع.

(٤) تشير نتائج الدراسة إلى إمكانية قبول الفرض القائل "تقل شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون المصرى ومستوى الشعور بالأبعاد النفسية – الاجتماعية (المقاسة) فى وجود مستوى مرتفع من التعرض لبرامج الدش، ومعدل استخدام مرتفع لجهاز الفيديو، وقد بنى هذا الفرض على وجهة النظر القائلة "إن ظهور المستحدثات الاتصالية يمكن أن يؤدى إلى تقليل التأثيرات القوية للتليفزيون

(باعتباره وسيلة فريدة تختلف عن وسائل الإعلام الأخرى). ومن قدرته على غرس المعتقدات والأفكار وفق نظرية الغرس، فالفيديو - على عكس ما يشير جربنز - يتم استخدامه أساساً فى مشاهدة برامج غير البرامج التى تذاع فى التليفزيون **Tape Viewing** وليست فى تسجيل برامج التليفزيون وإعادة مشاهدتها فى وقت لاحق **Time shifting**، ومن ثم فإن الفيديو يتيح لمالكه مشاهدة أنماط برامجية ومضامين تختلف بشكل أو بآخر عن برامج "البث العادى" وهو ما يؤدى إلى "كسر" الاتجاه السائد أو التقليل من شدته وبالتالى تقل تأثيرات الغرس.

كما أن الدش الذى يمكن بواسطته استقبال القنوات الفضائية ذات الأنماط البرامجية المختلفة، والمضامين المتباينة والاتجاهات المتعددة، والتى تسيطر عليها وتتحكم فيها مؤسسات وهيئات متباينة المصالح ومختلفة الأهداف والأغراض، نقول: إن حجم التعرض لبرامج الدش يمكن أن تؤدى أيضاً إلى تقليل شدة الاتجاه السائد فى برامج البث العادى وإلى خفض تأثيراته.

(٥) تشير نتائج هذه الدراسة إلى رفض الفرض القائل "تقل شدة العلاقة بين حجم التعرض لبرامج التليفزيون المصرى ومستوى الشعور بالأبعاد النفسية والاجتماعية المقاسة لدى طلاب الجامعات المصرية فى وجود "الريموت كنترول"، وقد بنى هذا الفرض على نتائج الدراسات التى ترى أن الريموت كنترول (الذى يتم النظر إليه على أنه جزء من نموذج المشاهد النشط **Active audience aradigm** قد زاد من قدرة المشاهد على الانتقاء والاختيار غير المحدد **unbounded choice** وغير المحدود **unlimited**، إذ يمكنه الريموت من تغيير القنوات بسهولة دون أن يتحرك من مكانه أو يذهب إلى حيث يوجد جهاز التليفزيون. وبطبيعة الحال فإن مالكى هذه الأجهزة أكثر تغييراً للقنوات وأكثر تقليباً لها وبذا فهم الأكثر تنوعاً فى مشاهدتهم والأشد "كسراً" للاتجاه السائد والأكثر خروجاً عليه[٦٨].

ويمكن تفسير هذه النتيجة التى خرجت بها الدراسة (رفض الفرض) فى ضوء عاملين:-

- قلة عدد القنوات المحلية ومحدوديتها، وشيوع الاتجاه السائد فيهـا كلهـا، وباعتبارها تعبر عن فكر واحد وتخضع لملكيــة وسـلطة واحــدة وإدارة واحدة، وتعبر عن سياسات واحدة وتهدف إلى تحقيق غايات واحدة، ومن ثم فإن التنقل بين هذه القنوات هو تنقل بين أشكال مختلفـة لفكـر واحـد، أو قوالب متعددة لمادة برامجية واحدة، وهو لا يشكل خروجاً علـى "الاتجـاه السائد" بل تأكيداً له وترسيخاً لأبعاده.
- اختلاف طبيعة المجتمع المصرى عن المجتمـع الأمريكـى مـن حيـث الإمكانات التكنولوجية المتاحة وعدد القنوات المتوفرة وطبيعة ملكية وسائل الإعلام، وطبيعة المنافسة القائمة بين الشبكات الأمريكية وقنـوات الكيبـل والتى توفر مجالاً للاختيار غير قائم فى البيئة المحلية المصرية.

(٦) تشير نتائج هذه الدراسة إلى إمكانية قبول الفرض القائل "تزداد شدة العلاقـة بين حجم التعرض لبرامج التليفزيون المصرى ومسـتوى الشـعور بالأبعـاد النفسية – الاجتماعية المقاسة لدى طلاب الجامعات المصرية بارتفاع معـدل استخدامهم لجهاز الكمبيوتر".. ولا توجد دراسات – متاحة لدى الباحثة قد بنت هذا الفرض على ثلاثة فرضيات تم اختبارها فى دراسات سابقة، وتم التأكـد منها فى الدراسة الحالية وهذه الفرضيات هى:

أ- أن استخدام الأفراد لجهاز الكمبيوتر لا يقلل من استخدامهم لوسائل الإعلام الأخرى وخاصة التليفزيون (معامل ارتباط بيرسـون= ٠,٧٧ مسـتوى معنوية ٠,٠٠٠).

ب- إن استخدام الأفراد لأجهزة الكمبيوتر بكثرة مرتبط بدرجـة عاليـة مـن الشعور بالأبعاد النفسية الاجتماعية. وقد بنى هذا الفرض على:

• نتائج الدراسات السابقة التى تشير إلى أن الأعلى فى المستوى الاجتماعى الاقتصادى (مالكو أجهزة الكمبيوتر) أكثر شعوراً بالاغتراب(٦٩) وبالوحدة(٧٠) وبالقلق(٧١)... وغيرها.

• نتائج الدراسة الحالية والتى تشير إلى أن هناك علاقة ارتباطية بينهما حيث أن كا٢= ٩,١ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٣ وان معامل التوافق= ٠,٣٤ ومعامل بيرسون= ٠,٣٥ وهما دالان عند مستوى معنوية ٠,٠٠٢.

ج- أن استخدام مالكى الكمبيوتر للتليفزيون غالباً ما يكون لأغراض الترفيه والتسلية أكثر من الحصول على المعلومات، وقد أثبتت الدراسات السابقة أن تأثيرات الغرس تزيد فى وجود دوافع طقوسية (الترفيه – التسلية) أكثر من وجود دوافع منفعية(٧٢).

(٧) تشير نتائج هذه الدراسة بصفة عامة إلى ضرورة التفرقة والتمييز بين الوسائل المختلفة فى تأثيرات الغرس، فلكل وسيلة خصائص معينة وسمات محددة تجعل تأثيرها مرتبطاً بها ومقيداً بصفاتها. وبعض الوسائل قد تؤدى – بحكم خصائصها وسماتها – إلى زيادة تأثيرات الغرس، وبعضها قد تؤدى – بحكم خصائصها وسماتها أيضاً – إلى تقليل تأثيرات الغرس، كما أن بعضها لا تؤثر فى هذه العملية. وعليه فإن اتخاذ موقف واحد إزاء هذه الوسائل بغض النظر عن خصائصها أو سماتها أو طريقة أدائها هو موقف يحتاج إلى إعادة نظر.

خاتمة الدراسة:

حاولت هذه الدراسة اختبار تأثير استخدام الأفراد للوسائل التكنولوجية الحديثة على العلاقة – التى أكدت بعض دراسات الغرس وجودها – بين حجم التعرض للتليفزيون وموضوعات الغرس، من خلال طرح سؤال رئيسى مؤداه هل تزيد هذه الوسائل الحديثة من تأثيرات الغرس الناتجة عن حجم التعرض المرتفع للتليفزيون أم تؤدى إلى تقليلها ؟

وقد تم اختبار أربع وسائل تكنولوجية اتصالية هى الفيديو - الدش - الريموت كنترول - الكمبيوتر، إضافة إلى التليفزيون، كما تم التطبيق على موضوعين همـا الشعور بالأنومى، والشعور بعدم الثقة فى الناس. وهما الموضوعان النفسيان الأكثر شيوعاً فى دراسات الغرس. أما عينة الدراسة فكانت الشباب الجامعى المصرى.

وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- توجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى الشعور بالأبعـاد النفسية - الاجتماعية لدى طلاب الجامعات المصرية.
- تزيد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومسـتوى الشـعور بالأبعـاد النفسية - الاجتماعية بارتفاع معدل استخدام الطلاب لأجهزة الكمبيوتر.
- تقل شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى الشعور بالأبعاد النفسية - الاجتماعية فى وجود مستوى مرتفع من التعرض للدش ومعـدل اسـتخدام مرتفع للفيديو.
- لا يؤثر استخدام الريموت كنترول على طبيعة العلاقـة القائمـة بـين حجـم التعرض للتليفزيون ومستوى الشعور بالأبعاد النفسـية - الاجتماعيـة لـدى الطلاب.

مراجع الدراسة:

(١) Gerbner, G. et al. (1986) "Living With Television: The Dynamics of the Cultivation Process" in Bryant, J. & Zillman, D. (eds) "**Prespectives on Media Effects**" (Hillsdate, NJ: Lawrence Erlbaum), p. 19.

(٢) Ibid.

(٣) Gerbner, G. (1990) "Epilogue: Advancing on the path of Righteousness" in Signorielli, N. & Morgan M. "**Cultivation Analysis, New Directions in Media Effects Research**", Sage Publications, p. 254.

(٤) Ibid.

(٥) Potter, J. & Ware, W. (1987) An Analysis of the Contexts of Antisocial Acts on Prime – Time Television, **Communication Research,** vol. 14, pp. 664-686.

(٦) Potter, J. & Change, I (1990) "Television Exposure Measures and the Cultivation Hypothesis **Journal of Broadcasting & Electronic Media** vol. 34, pp. 335-350.

(٧) Hawkins, R. & Pingree, S. (1981) "Uniform Content and Habitual Viewing: Unnecessary Assumptions in Social Reality Effects." **Human Communication Research**, Vol. 7, pp. 291-301.

(٨) Perse, E. (1986) "Soap Opera Viewing Patterns of College Students and Cultivation" **Journal of Broadcasting and Electronic Media.** Vol. 30, pp. 175-193.

(٩) Gerbner, G. (1990) **Op. cit.** p. 253.

(١٠) Perse, E. et al. (1994) "Cultivation in the Newer Media Environment" **Communication Research** vol. 21, N. 1) pp. 79-104.

(١١) Gerbner, G. et al. (1978) "Cultural Indicators: Voilence Profile No. 9" **Journal of Communication**, vol. 28, N. 2, pp. 199-202.

(١٢) Morgan, M. (1986) "Television and the Erosion of Regional Divesity" **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, vol. 30. Bryant, J. Carveth, R. & Brown, D. (1981) Television Viewing and Anxiety: An Experimental Examination, **Journal of Communication**, vol. 31 N. 2, p. 107.

(١٣) Bryant, J. Carveth, R. & Brown, D. (1981) Television Viewing and Anxiety: An Experimental Examination, **Journal of Communication,** vol. 31 N. 2, p. 107.

(١٤) Gerbner G. & Gross, L. (1976) "Living with Television: The Violence Profile, **Journal of Communication**, vol. 26, N. 2, p. 179.

- Gerbner, G. et al. (1978), op. cit.

(١٥) نائلة إبراهيم عمارة (١٩٩٦) الشعور بالوحدة النفسية لدى الشباب الجامعي وعلاقته بالتعرض للتليفزيون، **مجلة كلية الآداب**، جامعة الزقازيق، ع١٦، ص ص ١٠١-١٣٦.

(١٦) أيمن منصور ندا (١٩٩٧) العلاقة بين التعرض للمواد التليفزيونية الأجنبية والاغتراب الثقافي لدى الشباب الجامعي المصرى، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص ١٦٧-١٦٨.

(١٧) Dobrow, R. J. (1990) "Patterns of Viewing and VCR Use: Implication for Cultivation Analysis" in Signorielli, N. & Morgan, M. **Op. cit,** p. 76.

(١٨) Gerbner, G. (1990) **Op. cit,** p. 260.

(١٩) Perse et al. (1994) **Op. cit.**

(٢٠) Gerbner, G. (1990) **Op. cit,** p. 260.

(٢١) Morgan, M., Shanahan, J. & Harris, C. (1990) "VCRs and the Effects of TV: New Diversity or More of the Same" in Dobrow, J. (Ed) **"Social and Cultural aspects of VCR use"** Hill Sdale, N J: Lawrence. Er Lbaum pp. 107-123.

(٢٢) Perse et al. (1994) **Op. cit.**

(٢٣) Dobrow, R. Julia (1990) **Op. cit,** p. 72.

(٢٤) Perse et al. (1994) **Op. cit.**

(٢٥) Dobrow, R. Julia (1990) **Op. cit.**

(٢٦) Perse et al. (1994) **Op. cit.**

(٢٧) Morgan, M., Rothschild, N. (1983). "Impact of the New TV Technology: Cable TV., Peers, and Sex-Role Cultivation in the Electronic & Environment" **Youth & Society** vol. 15, pp. 33-50.

(٢٨) Owen. E. M. & Wildman, S.S. (1992) **Video Economics.** Cambridge, MA: Harvard University Press p. 25.

(٢٩) Perse et al. (1994) **Op. cit.** pp. 83-84.

(٣٠) Ibid. p. 79.

(٣١) Klopfenstein, B. (1993), From Gadget to Necessity: The Diffusion of Remote Control Technology. In J. Walker & R. Bellamy, Jr. (Eds) **The Remote Control Device in the New Age of Television**, pp. New York: Praeger pp. 23-39.

(٣٢) Walker. R. James and Bellamy V. Robert (1991) "Gratification of Grazing: An Exloratory Study of Remote Control **Journalism Quarterly** vol. 68, No. 3, p. 422.

(٣٣) Eastman, S.T. & Newton, G. (1995) Delineating Grazing: Observations of Remote Control Use "**Journal of Communication**", Vol. 45 No. 1, p. 68.

(٣٤) Ibid. p. 68.

(٣٥) Mc Quail, D. & Windahl, S. (1981) "**Communication Models for the Study of Mass Communication**" (Longman- London and New York), pp. 81-83.

(٣٦) Ainsline, p. (1989) "The New T.V. Viewer" in Gilbert, R. (ed.) **How Americans Watch T.V.: A Nation of Grazers,** New York: C.C. Publishing, pp. 9-23.

(٣٧) Cornwell, N. et al. (1993). "Determining RCD use: Methodology Matters" in Walker, J. & Bellamy, R. **op. cit.** pp. 43-56.

(٣٨) Heeter, G. et al. (1993) "Future Zap: Next Generation Smart Remotes". In Walker, J. & Bellamy, R. **op. cit.** pp. 87-99.

(٣٩) Krendl, K. A. et al. (1993) O.K. Where's the Remote ? Childreen, Families and Remote Control Devices, in Walker, J. & Bellamy, R. **op. cit.**, pp. 137-154.

(٤٠) Ferguson, D. & Perse, E. (1993) Media and Audience Influences on Channel Repertoire, **Journal of Broadcasting and Electronic Media,** vol. 37. pp. 31-47.

(٤١) Eastman & New-ton. G. (1995) **op. cit.,** p. 72.

(٤٢) Gerbner, G. (1990) **Op. cit.** p. 260.

(٤٣) Perse et al. (1994) **Op. cit.** pp. 85-86.

(٤٤) **Ibid.**

(٤٥) شاهيناز بسيونى (١٩٩٧) علاقة الجمهور المصرى بالحاسبات الشخصية كوسائل اتصال منافسة لوسائل الاتصال الجماهيرى، **مجلة كلية الآداب**، جامعة الزقازيق، عدد ١٦، ص ٢٩.

(٤٦) محمود علم الدين (١٩٩٤) تكنولوجيا الاتصال فى الوطن العربى، **مجلة عالم الفكر**، مجلد ٢٣ العدد ٢، ديسمبر، ص ص ٩٤-١٤٠.

(٤٧) المجلس الأعلى للجامعات، مركز بحوث تطوير التعليم الجامعى، إدارة الإحصاء، خصائص طلاب الجامعات المصرية.

(٤٨) تشكر الباحثة الدكتور خالد عبد الجواد المدرس بكلية الآداب، جامعة الزقازيق، أ. ريتا سليمان الطالبة بالجامعة الأمريكية، أ. محمد هندى المعيد بجامعة قنا، على مساعدتهم الباحثة فى ملء بيانات هذه الدراسة.

(٤٩) المحكمون هم: أ.د. حسن عماد مكاوى، أ.د. سامى الشريف (الأستاذان بكلية الإعلام).

(٥٠) Robinson, J., & Shaver, P. (1973) **Measures of Social Psychological Attitudes,** Michigan, Institute for Social Research, p. 252.

(٥١) Mc Closky, H. & Schaar, J. (1965) Psychological Dimensions of Anomy, **American Sociological Review,** vol. 30, N. 1, pp. 14-40.

(٥٢) Robinson, J., & Shaver, P. (1973) **op. cit.** p. 616.

(٥٣) محمد على محمد (١٩٨٠) **الشباب والمجتمع: دراسة نظرية وميدانية**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، ص ص ٩١-٩٧.

(٥٤) أحمد خيرى حافظ (١٩٨٠) سيكولوجية الاغتراب لدى طلبة الجامعة، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ص ٦٠.

(٥٥) أحمد خيرى حافظ، **المرجع السابق.**

- عبد السميع سيد أحمد، (١٩٨١) ظاهرة الاغتراب بين طلاب الجامعة في مصر، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية، جامعة القاهرة.
- زينب محمد النجار (١٩٨١) الاغتراب فى محيط الشباب الجامعى، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الدراسات الإنسانية، جامعة الأزهر.
- محمد إبراهيم عيد (١٩٨٧) دراسة تحليلية للاغتراب وعلاقته ببعض المتغيرات النفسية لدى الشباب، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية، جامعة عين شمس.
- إدريس عزام (١٩٨٩) بعض المتغيرات المصاحبة لاغتراب الشباب عن المجتمع الجامعي: دراسة استطلاعية على عينة من طلبة الجامعة الأردنية - جامعة الكويت، **مجلة العلوم الاجتماعية**، المجلد ١٧، العدد الأول.
- سيد عبد العال (١٩٩١) **عوامل الاغتراب لدى طلبة وطالبات الجامعة: دراسة إمبريقية عاملية مقارنة**، سلسلة دراسات عن الشرق الأوسط، مركز بحوث الشرق الأوسط - جامعة عين شمس.
- أحمد فاروق حسن(١٩٩٢) عوامل الاغتراب السياسى بين الشباب فى المجتمع المصرى: دراسة ميدانية مقارنة، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الآداب، جامعة المنيا.
- أيمن منصور ندا (١٩٩٧)، **مرجع سابق.**

(٥٦) Gunter, B. & Wober, M. (1983) Television Viewing and Public Perception of Hazards to Life. **Journal of Environment Psychology,** vol. 3, pp. 325-335.

(٥٧) Morgan, M. (1984) Heavy Television viewing and Perceived Quality of Life, **Journal of Communication,** vol. 34, N. 3, pp. 499-505.

(٥٨) أيمن منصور ندا (١٩٩٧)، **مرجع سابق.**

(٥٩) Tan, A. & Tan, G. (1986) Television use and Mental Health, **Journalism Quanterly**. Vol. 3, N. 1, pp. 106-113.

(٦٠) Gerbnar, G. et al. (1980) The Mainstreaming of America: Voience Profiles n. 11 **Journal of Communication,** vol. 30, N. 3, pp. 10-29.

(٦١) Weimann, G. (1984) Image of Life in America: The Impact of American TV. In Israel, **International Journal of Intercultural Relations,** vol. 8, pp. 185-197.

(٦٢) حسن عماد مكاوى (١٩٩٣) تحليل الإنماء: مفهومه ومنهجه وتطبيقاته الحالية، **مجلة بحوث الاتصال،** كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد العاشر، ص١٢.

(٦٣) عادل فهمى البيومى (١٩٩٥) دور التليفزيون فى تكوين الوعى الاجتماعى ضد الجريمة، ، **رسالة دكتوراه غير منشورة،** كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

(٦٤) ماهيناز رمزى (١٩٩٤) العلاقة بين مشاهدة التليفزيون واغتراب الطفل المصرى عن التعليم، دارسة ميدانية على عينة من تلاميذ المرحلة الأولى من التعليم الأساسى، **رسالة ماجستير غير منشورة،** كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

(٦٥) عبد اللطيف العوفى (١٩٩٢) التليفزيون السعودى وإدراك الاتجاهات الاجتماعية وفق نظرية الغرس الثقافى، **مجلة بحوث الاتصال،** كلية الإعلام، العدد الثامن.

(٦٦) أيمن منصور ندا (١٩٩٧)، **مرجع سابق.**

(٦٧) نان أحمد عزت (١٩٩٥) تأثير المسلسلات الأمريكية الاجتماعية على إدراك طلاب المدارس الثانوية للعلاقات الاجتماعية، **رسالة ماجستير غير منشورة،** كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

(٦٨) Perse, E. (1994) **op. cit.**

(٦٩) أيمن منصور ندا (١٩٩٧)، **مرجع سابق،** ص ١٥٢.

(٧٠) Perloff, R. Quarles, R. & Drutz, M. (1983) Loneliness, Depression and the Uses of Television, **Journalism Quanterly**. Vol. 60, pp. 352-356.

(٧١) Bryant, J. Carvech, R. & Brown, D. (1981) **op. cit.**

(٧٢) Alexander, A. (1985) Adolescents, Soap Opera Viewing and Relational Perceptions, **Journal of Broadcasting and Electronic Media,** vol. 29, N. 1 pp. 295-308.

الفصل الخامس

تعرض المراهقين وكبار السن للتليفزيون المصرى
وعلاقته بتقدير الذات وتشكيل الصور المتبادلة بينهما

الفصل الخامس

تعرض المراهقين وكبار السن للتليفزيون المصرى وعلاقته بتقدير الذات وتشكيل الصور المتبادلة بينهما

مقدمة الدراسة:

تعتبر مرحلتا المراهقة والشيخوخة مرحلتين حساستين فى حياة الإنسان فكلاهما مرحلة "أزمة"، وكلاهما مرحلة "ضعف"، وما هذا "التأزم" وذلك "الضعف" إلا نتيجة عوامل نفسية وتصورات ذهنية عن طبيعة المرحلة العمرية ومتطلباتها.

فالمراهقة – على حد تعبير إريكسون – Erikson – مرحلة صعبة فى حياة الإنسان، إذ يتأرجح الفرد بين كونه طفلاً، وراشداً، فيحاول تحديد موقفه ويناضل من أجل رسم صورة لنفسه تكون متسقة مع القيم الإجتماعية، فيواجه مشكلة تحديد صورة الذات كما يراها الآخرين، ويزداد لديه الشعور بالحاجة لتقبل الآخرين له أيضاً، ويصبح المراهق متوافقاً من الناحية النفسية والإجتماعية إذا ما استطاع أن يكوّن فكرة صحيحة وموجبة عن ذاته، مراعياً فكرة الآخرين عنه، مكتشفاً لإمكانياته وقدراته ومحققاً لها.(١)

كما تعتبر الشيخوخة مرحلة غير محببة إلى معظم الناس لارتباطها بنهايات الحياة والمرض والضعف، إن هذه الإتجاهات يمتصها المسنون أنفسهم وتصبح هى نفسها إتجاهاتهم نحو مرحلة عمرهم التى يمرون بها، وتشكل السياسات التى يتّبعها أفراد المجتمع فى التعامل معهم. وعلى الرغم من أن هذه الإتجاهات لا تنطوى على سوء نية أو ضرر متعمد فإنها تقلل من فرصتهم فى الإستمتاع بحياة سعيدة كما تسئ إلى كرامتهم الشخصية وتسهم فى تحويل التقدم فى العمر من عملية طبيعية إلى مشكلة إجتماعية لا يتحمل المسنون نتائجها الضارة فحسب بل وتؤثر على كلّ من هو فى طريقه إلى هذه المرحلة.(٢)

وقد أشار بعض الباحثين إلى تشابه مرحلتى المراهقة والشيخوخة وذلك من حيث:

١- كلاهما يشكل جماعة عمرية موجودة فى المجتمع ولكن ليس لأى منها القدرة على إتخاذ القرار أو حتى مجرد التأثير فيه.

٢- كلاهما يذكّر الآخر بدوره غير المنتج فى المجتمع، فكلاهما بلا عمل، فالمسنون متقاعدون والمراهقون لم يتسلموا عملهم بعد، وكلاهما يعرف أنه يأخذ دون أن يعطى.

٣- لكل منهما فرص حياة ممتعة ومسلية، فكلاهما يمر بمرحلة إعتمادية (مرحلة التعليم، مرحلة التقاعد) يرى البعض أنها ممتعة.

٤- كلاهما يعيش حياته دون تخطيط ويعيش أحلام يقظة.

٥- كلاهما ينقصه قدر من التعليم، فالمراهق تنقصه الخبرة والمسن ينقصه التعليم المتطور.(٣)

كما ذهب كثير من الباحثين إلى أهمية الآخر فى رؤية (تقدير) الذات، حيث يرى Mead إلى أن الفرد ينظر إلى نفسه بالطريقة التى يعتقد أن الآخرين يرونه بها... فنحن نتصرف وفقاً لإدراكنا لرأى الآخرين فينا...(٤) كما ذهب Rosenberg إلى أن مدى ثقتنا فى هذا الآخر واقتناعنا به يؤثر على إدراكنا لأنفسنا بالطريقة التى يرانا بها هذا الآخر.(٥)

ويمكن القول إن الآخر بالنسبة للمراهقين هم كبار السن، والآخر بالنسبة لكبار السن هم المراهقون، والصور المتبادلة بينهم تشكل أساس التفاعل والتواصل من ناحية أو الإنقطاع والإنفصال من ناحية أخرى.

ولما كانت وسائل الإعلام بصفة عامة والتليفزيون بصفة خاصة أحد عوامل تكوين هذه الصور، على ما تذهب إليه بعض الدراسات، (التى سيتم عرضها) لذا تحاول هذه الدراسة إختبار العلاقة بين تعرض كل من المراهقين وكبار السن للتليفزيون وتقديرهم لذواتهم من ناحية وتشكيل الصور المتبادلة بينهم من ناحية أخرى، وذلك فى ضوء فروض نظرية الغرس الإمبيريقية ومنطلقاتها النظرية.

أولاً: الإطار النظرى للدراسة:

نظرية الغرس:

يشير الباحثون فى مجال الإعلام إلى أن النظرية الإعلامية قد مـــرت فـــى تطورها بثلاث مراحل، لكل مرحلة منها خصائصها المحددة ونظرياتها المفسرة لها والشارحة لأبعادها.

المرحلة الأولى: مرحلة التأثيرات القوية لوسائل الإعلام: حيث نُظر إلى مضـــمون وسائل الإعلام بأنه "حقنة تحت الجلد" أو أنه أشبه "بالرصاصـــة" التى تصيب الجمهور بمجرد إنطلاقها.(٦)

المرحلة الثانية: مرحلة التأثيرات المحدودة أو المعتدلة لوسائل الإعلام: حيث نُظر إلى سمات الجمهور وخصائصه باعتبارها هى التى تحدد تأثيرات وسائل الإعلام، وتم التركيز على هذه الخصائص الوسيطة.(٧)

المرحلة الثالثة: مرحلة التأثيرات القوية لوسائل الإعلام: وهى شـــبيهة بالمرحلـــة الأولى بيد أن هذه النظريات تشير إلى أن تأثير وسائل الإعـــلام يحدث على المدى الطويل بطريقة تراكمية... ومن نظريات هـــذه المرحلة نظرية الغرس الثقافى.(٨)

ويمكن القول إن نظرية الغرس بصفة عامة هـــى محاولـــة لفهـــم وتفســـير ديناميات التليفزيون بوصفه سمة مميزة لعصرنا، على أن نظرية الغرس - على حد تعبير جربنر - ليست بديلاً عن النظريات الأخرى فى دراسة تأثيرات التليفزيـــون ولكنها مكملة لها وسادة (تسد) أوجه النقص فيها.(٩)

ويمكن تعريف عملية الغرس على أنها زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرضون لهـــا.(١٠) وهـــى ظـــاهرة معرفية تتعلق بدور التليفزيون فى إكساب الفرد قيماً وإتجاهات معينة، وهى عملية تعلم عرضى يكتسب الفرد من خلالها بطرق غير واعية الحقـــائق الديموغرافيـــة والدروس والقيم المتضمنة فى عالم التليفزيون على مدى زمنـــى طويـــل نســـبياً، ويعبرون عن ذلـــك فـــى صـــورة تقـــديرات Estimates وأحكـــام Judgements وإستنتاجات Inferences.(١١)

فروض النظرية:

تقوم نظرية الغرس على ستة فروض نظرية هى:

١- التليفزيون وسيلة إعلام فريدة ويتطلب مدخلاً خاصاً لدراسته.

٢- الرسائل التليفزيونية تشكل نظاماً متجانساً هو الإتجاه السائد فى الثقافة.

٣- مضمون الرسائل التليفزيونية يقدم مفاتيح للغرس.

٤- يركز تحليل الغرس على دور التليفزيون فى تحقيق الإنسجام بين أفراد المجتمع على المدى الطويل.

٥- الوسائل التكنولوجية الحديثة تزيد - ولا تقلل - من تأثيرات الغرس.

٦- تحليل الغرس يركز على النتائج الخاصة بشيوع الإستقرار والإنسجام.(١٢)

كما تقوم النظرية على فرضيتين إمبيريقيتين هما:

(أ) **فرضية التشويه:** فمن خلال المقارنة التى أجراها الباحثون فى مجال الغرس بين الواقع كما يقدم فى التليفزيون والواقع الحقيقى وجدوا أن صورة العالم والمجتمع كما هى مقدمة فى البرامج التليفزيونية تتعارض مع ما يحدث فى الواقع الفعلى.(١٣) فعالم التليفزيون هو عالم "الوضاعة" والخسة والعنف".(١٤)

(ب) **فرضية الغرس:** ومفادها أن الأشخاص الذين يشاهدون برامج التليفزيون لفترات طويلة (كثيفو المشاهدة) يدركون العالم الواقعى بشكل مختلف عن أولئك الذين يقضون وقتاً أقل فى مشاهدة برامج التليفزيون (قليلوا المشاهدة) ذلك أن كثيفى المشاهدة يكونون أكثر قدرة على إدراك العالم الواقعى بصورة أقرب إلى المعالجة التليفزيونية. أى بصورة تعكس الرسائل والصور المتكررة والشائعة التى يعرضها التليفزيون.(١٥)

المفاهيم الرئيسية فى نظرية الغرس:

أ - مفهوم الاتجاه السائد Mainstream

ويعنى الإتجاه السائد أن الإختلافات بين الجماعات التى ترتبط عادة بالخصائص الثقافية والإجتماعية والسياسية لهذه الجماعات تقل (وقد تختفى) لدى

كثيفى المشاهدة فى نفس هذه الجماعات.[١٦] فالتعرض للتليفزيون يحدث نوعاً من التجانس بين جمهوره. ولذا يصبح كثيفو المشاهدة مشتركين فى التوجهات Orientations والمنظورات Perspectives والمعانى Meaningsويترتب على هذا أن تكون هناك وجهة نظر مشتركة لدى أفراد الجماعة هى ما تطلق عليه إسم "الإتجاه السائد".[١٧]

ويعتبر الاتجاه السائد هو المكون الثانى من نموذج "التاءات الثلاثة" التى صاغها جربنر فى إشارته إلى نظرية الغرس والتى تتضمن:

- تشويه السمات التقليدية (bluring).
- توحيد المدركات وفق الإتجاه السائد فى التليفزيون (blending).
- توجيه الإتجاه السائد نحو المصالح المؤسسية لمالكى القنوات التليفزيونية (bending).[١٨]

ب- مفهوم الرنين Resonance

ويمكن تعريف الرنين على أنه "الموقف الذى يؤدى فيه إدراك الفرد المباشر للبيئة الحقيقية إلى زيادة تأثيرات الغرس بالنسبة للمواقف المشابهة التى يتم عرضها تليفزيونياً"[١٩] وعلى حد تعبير جربنر "فعندما يتطابق ما يراه الأفراد فى التليفزيون مع إدراكهم للواقع أو يتوافق معه فإن الأفراد يصبحون وكأنهم قد تعرضوا "لجرعة مزدوجة Double Dose ذات فعالية من الرسائل التليفزيونية تزيد من حدوث تأثيرات الغرس لديهم[٢٠].

المتغيرات الاكثر استخداما فى دراسات الغرس:

أ – إدراك واقعية المضمون Perceived Reality of Television Content

وقد خلص Potter – من إستعراضه للدراسات السابقة فى هذا المجال – إلى مجموعة من المؤشرات أهمها:-

- أن المشاهدين الذين يعتقدون فى واقعية المضمون التليفزيونى هم الأكثر تأثراً به عن المعتقدين فى كون هذا المضمون خيالياً أو غير واقعى.

- إن درجة الإعتقاد فى واقعية المضمون التليفزيونى تختلف من مشاهد إلى آخر - وبالتالى فإن درجات تأثرهم بهذا المضمون مختلفة.
- إن هذا المتغير (إدراك واقعية المضمون) لا يجب دراسته على أنه مفهوم أحادى البعد وإنما على أنه مفهوم متعدد الأبعاد، ومن الأبعاد التى اقترحها Potter.
  * النظر إلى التليفزيون باعتباره نافذة سحرية Magic Window
  * النظر إلى التليفزيون على أنه وسيلة للتعلم Utility
  * التوحد مع الشخصيات التليفزيونية.[٢١] Identity

ب- المستوى الاجتماعى الإقتصادى:

أجريت عديد من الدراسات فى إطار نظرية الغرس لقياس تأثير المستوى الإجتماعى والإقتصادى على تأثير الغرس، وتباينت نتائج الدراسات فى هذا المجال. فقد ذهبت بعض الدراسات إلى محدودية تأثير هذا المتغير بينما ذهبت دراسات أخرى إلى وجود علاقة إرتباطية قوية بين المستوى الإجتماعى الإقتصادى وتأثير الغرس، كما ذهبت بعض الدراسات إلى أن الأفراد فى المستوى الإجتماعى الإقتصادى الأقل يكونون أكثر تأثراً بالتليفزيون وبرامجه.[٢٢]

جـ- دوافع المشاهدة:

حاول بعض الباحثين التوفيق بين فروض نظرية الغرس وفروض مدخل الإستخدامات والإشباعات فيما أطلق عليه "نموذج الإستخدامات والتأثيرات Uses and Effects Model وقد قدم واندل Wendel هذا النموذج عام ١٩٧٩.[٢٣]

وقد قسمت كارفث والكسندر Carveth & Alexander الدراسات التى تناولت العلاقة بين دوافع المشاهدة وعملية الغرس إلى ثلاث مجموعات:

١- دراسات تذهب إلى تأثيرات الغرس ناتجة عن التعرض للتليفزيون ولا محل لدوافع المشاهدة.

٢- دراسات تذهب إلى وجود علاقة إرتباطية بين دوافع المشاهدة وعملية الغرس بغض النظر عن كمية المشاهدة. أى أن تأثيرات الغرس هى نتيجة لـدوافع المشاهدة وليست لحجم المشاهدة.

٣- دراسات تذهب إلى وجود تفاعل بين دوافع المشاهدة وعملية الغرس ذاتها وبدون هذا التفاعل لا يمكن أن تحدث عملية الغرس.(٢٤)

ثانيا: الدراسات السابقة:

يمكن تقسيم الدراسات السابقة وفق موضوعها إلى:

أ – دراسات خاصة بحجم تعرض المراهقين وكبار السن للتليفزيون:

ففى دراسة لأشرف عبد المغيث(٢٥) حول علاقة الأبناء وكبار السن بالتليفزيون بالتطبيق على ١٢٠ أسرة، وجد الباحث أن ٩٧,٥% من الأبناء يتعرضون للتليفزيون فى مقابل ٩٤,٢% من الآباء، كما وجد أن نسبة الأبناء الذين يتعرضون للتليفزيون بشكل مرتفع ٣٩,٣% فى مقابل ٢٩,٢% للآباء. كما وجد أن أهم دوافع الأبناء للتعرض هى الترفيه وقضاء وقت الفراغ بينما أهم دوافع الآباء هى الحصول على المعلومات والترفيه.

وفى دراسة لحنان عزت(٢٦) عن تأثير المسلسلات الأمريكية الإجتماعية على إدراك طلاب المدارس الثانوية للعلاقات الإجتماعية وذلك بالتطبيق على ١٩٥ مفردة، وجدت الدراسة أن ٦١,٢% من مفردات العينة يشاهدون التليفزيون لمدة تزيد عن أربع ساعات، بينما ٣٨,٢% يشاهدون التليفزيون لمدة تقل عن الساعة.

أما دراسة عادل فهمى(٢٧) والتى تم إجراؤها على ٤٠٠ مفردة من تلاميذ المرحلة الإعدادية (٢١٢ ذكور – ١٨٨ إناث) فقد أوضحت أن ٢٣,٥% من عينة الذكور يشاهدون التليفزيون بكثافة، فى حين كان متوسطو المشاهدة ٢٤,٥% وقليلو المشاهدة ٣٤%. أما عن الإناث فقد أوضحت الدراسة أن ١٦% فقط منهن يشاهدن التليفزيون بكثافة، بينما يشاهدنه بدرجة متوسطة ٤٤,١% وبشكل منخفض ٣٩,١% منهن. أما عن دوافع العينة كلها للتعرض فقد جاءت الدوافع التعودية بنسبة ٢٦,٨% أما الوظيفية فكانت ١٥,٥% والمشتركة ٤٨%.

وفى دراسة Korzenny & Neuendorf[٢٨] والتى تم إجراؤها علـــى عينـــة قوامها ١١٢ مفردة ممن هم فوق الستين وجد أن معدل المشاهدة الأسبوعية لـــديهم حوالى ٣١,٥% ساعة، وأن أكثر فترات المشاهدة هى الفترة التى تعقـــب تنـــاول العشاء وتليها فترة المساء والسهرة، بينما جاءت الفترة الصباحية كأقـــل الفتـــرات تعرضاً فيها. وكانت أهم دوافعهم للتعرض هى التسلية ثم الحصول على المعلومات ثم الإسترخاء.

وفى دراسة لكـــل مـــن Buell & Ripley[٢٩] اتضـــح أن نشـــاط مشـــاهدة التليفزيون يتزايد بتزايد المرحلة العمرية، حيث وجد أن هنـــاك علاقـــة إرتباطيـــة إيجابية بين السن وعدد ساعات المشاهدة، فقد كان متوسط عدد ســـاعات مشـــاهدة الشباب (١٩–٢٠ سنة) حوالى ٢,٣٥ ساعة يومياً، بينما متوســـط عـــدد ســـاعات مشاهدة الرجال فوق الستين ٣,٧٥ ساعة يومياً.

وفى دراسة Davis & Westbrook[٣٠] على عينة مـــن المســـنين تتـــراوح أعمارهم بين ٥٥–٨٠ عاماً، (٢٨% منهم فوق الخامسة والسبعين) وجد الباحث أن ٧٥% من عينة دراسته يشاهدون التليفزيون لمدة ٥ ساعات أســـبوعياً وأن كثافـــة المشاهدة تزداد كلما أقتربنا من الفترة المسائية وتصل ذروتها فى الفترة مـــن ٨–٩ مساء. وأن أهم البرامج التى يفضلها كبار السن هى الأخبـــار وبـــرامج الأحـــداث الجارية ثم البرامج الموسيقية ثم الدراما.

وفى دراسة لاحقة للباحثين نفسيهما[٣١] على عينة من المسنين (قوامها ٢٨٩ مفردة) تتراوح أعمارهم بين ٥٥–٩٠ عاماً (٥٤% منهم ٦٥ عاماً – ١٥% مـــنهم ٧٦ عاماً) أشار ٧٥% منهم إلى مشاهدتهم للتليفزيون لخمـــس ســـاعات أســـبوعياً وكانت البرامج المفضلة لديهم هى الأخبار وبرامج الأحـــداث الجاريـــة والبـــرامج الكوميدية والمنوعات.

وفى دراسة أخرى لاحقة لنفس الباحثين[٣٢] جاءت النتـــائج مخالفـــة تمامـــاً للدراستين السابقتين حيث إتضح أنه من بين ٢١٥ مفردة هى عينة الدراسة جاءت

معدلات المشاهدة الأسبوعية حوالى ٢٣,٨٧ ساعة أسبوعياً بمعدل ٣,٤١ ساعة يومياً، وأن معدل مشاهدة الرجال (٢٧,٣٧) أعلى من معدل مشاهدة النساء (٢٢,٤١) وأن أهم المواد المفضلة لديهم هى الأخبار ثم برامج الشئون الجارية تليها برامج الألعاب والكوميديا ثم الدراما.

وأخيراً، ففى دراسة حسن عماد مكاوى[٣٣] حول التليفزيون فى حياة كبار السن وتم إجراؤها على عينة حجمها ٢٢٠ من كبار السن (أكثر من ستين عاماً) أوضحت الدراسة أن ٣٣,١% منهم يشاهدون التليفزيون بكثافة، وأن ٥١,٤% بدرجة متوسطة بينما يشاهده ١٥,٥% بدرجة منخفضة. كما أوضحت الدراسة أن أهم دوافع المشاهدة لدى كبار السن هى معرفة ما يحدث فى العالم، يليها التخلص من الشعور بالوحدة والملل ثم تعلم حاجات جديدة ثم الإستفادة من تجارب الآخرين، وجاءت نشرات الأخبار لتحتل المرتبة الأولى فى أفضليات المشاهدة تليها المسلسلات فالبرامج الدينية فالأفلام السينمائية.

ب- دراسات خاصة بعلاقة التعرض للتليفزيون بتقدير الذات:

ففى دراسة Tan & Tan (٣٤) وجد الباحثان أن هناك علاقة إرتباط سلبية بين التعرض للمواد الترفيهية فى التليفزيون وتقييم الذات لدى الفرد، فالأكثر تعرضاً هو الأكثر إنبهاراً بالشخصية التى تقدم هذه العروض وأقل تقييماً لأمكاناته، وأن هذه العلاقة تزداد قوة لدى السود.

وفى دراسة لجربنر وزملائه(٣٥) لتحليل الصورة المقدمة فى التليفزيون لكبار السن وجدوا أن هناك علاقة إرتباطية بين حجم التعرض للدراما التليفزيونية وإدراك الشباب لكبار السن كفئة غير مرغوب فيها ولا دور لها، وعلى أنهم كسالى وضعفاء ويمثلون حجر عثرة فى طريق تطور المجتمع.

وفى الدراسة التى قامت بها الباحثتان Burkel Rothfueth & Mayes[٣٦] وجدتا أن هناك علاقة عكسية بين التعرض للمسلسلات النهارية Soap Opra وتقدير الذات، فالأكثر مشاهدة أقل تقديراً لذاته.

جـ- دراسات خاصة بصورة كبار السن:

ففى الدراسة التى أجراها Korzeny & Neuendorf[٣٧] خلص الباحثان إلى النتائج التالية:-

- الأكثر مشاهدة للمضمون الخيالى فى التليفزيون من كبار السن هم الأكثر إدراكاً لصورة الكبار المقدمة فى التليفزيون بإعتبارهم عوائق.
- الأكثر مشاهدة للمضمون الواقعى فى التليفزيون من كبار السن (بهدف الحصول على المعلومات) هم الأكثر إدراكاً لصورتهم على أنهم أداة للضحك والتسلية.

وفى دراسة Tukman & Lorge[٣٨] كوّن الباحثان مقياساً للإتجاهات نحو كبار السن يتكون من ١٣٧ عبارة، وقد تم تقسيم العبارات إلى ١٣ فئة، وبتطبيق المقياس على عينة من كبار السن والشباب إتضح أن هناك توافقاً لدى الفئتين فى الرؤية السلبية لصورة كبار السن، حيث يرونهم أقل كفاءة جسدياً وعقلياً، يعانون من الفقر، وليس لديهم الرغبة فى التغير، يعانون الوحدة..

وفى دراسة أجراها Kogan[٣٩] طور الباحث مقياساً "لصورة كبار السن" وعرضه على مجموعات تضم كلاً من الشباب وكبار السن، وكانت عبارات المقياس مصاغه بطريقة ليكرت. وقد صاغ Kogan معظم العبارات – على عكس مقياس Tukman & Lorge – بطريقة إيجابية مع وجود بعض العبارات السلبية، وقد جاءت نتائج Kogan غير متسقة نسبياً مع نتائج الدراسات السابقة فى هذا المجال؛ إذ وجد أن المبحوثين لم يوافقوا على العبارات الإيجابية عن كبار السن (وهذا ما يتسق مع نتائج الدراسات السابقة عليه) كما لم يوافقوا أيضاً وبشدة على العبارات السلبية عن كبار السن (وهذا غير متسق مع الدراسات السايقة).

أخيراً وفى دراسة Palmore[٤٠] خلصت الدراسة إلى أن ٧٤% من المبحوثين الشباب لديهم إعتقاد أن قطاعاً كبيراً من كبار السن يعيشون فى تبرم وضيق وأن معظمهم يعيشون فى مستوى إقتصادى منخفض كما أن معظم كبار السن ليس لديهم الرغبة فى (أو القدرة على) إقامة علاقات جنسية.

* على أنه يجب الإشارة فى نهاية عرض الدراسات السابقة إلى أن الباحثة لم تستطع الحصول على أية دراسة تتناول صورة المراهقين أو الشباب لدى كبار السن، ولعل هذا يعطى بعداً جديداً للدراسة الحالية وأهميتها، إذ تعتبر الأولى إعلامياً فى مصر التى تتناول هذه القضية.

ثالثا: تحديد المشكلة البحثية:

فى ضوء الإطار النظرى للدراسة وفى ضوء نتائج الدراسات السابقة، يمكن تحديد المشكلة البحثية فى دراسة علاقة التعرض للبرامج التليفزيونية لدى كلّ من المراهقين وكبار السن، بتقدير الذات لديهم وتكوين الصور المتبادلة بين الفئتين. وتحديداً تهدف هذه الدراسة إلى:-

- دراسة علاقة التعرض للتليفزيون بتقدير الذات لدى المراهقين.
- دراسة علاقة التعرض للتليفزيون بتقدير الذات لدى كبار السن.
- المقارنة بين تقدير الذات لدى المراهقين وتقدير الذات لدى كبار السن فى علاقته بالتعرض للتليفزيون.
- دراسة علاقة التعرض للتليفزيون بتكوين صورة كبار السن لدى المراهقين.
- دراسة علاقة التعرض للتليفزيون بتكوين صورة المراهقين لدى كبار السن.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من عدة إعتبارات:-

١- قلة الدراسات الإعلامية العربية التى تناولت علاقة كبار السن بالتليفزيون فباستثناء دراسة حسن عماد مكاوى (١٩٩٤) التى تناولت حجم تعرضهم للتليفزيون ودوافعهم دون قياس التأثيرات النفسية المترتبطة بهذا التعرض[٤١]، لا توجد دراسات عربية أخرى في هذا المجال.

٢- أهمية فئة "كبار السن" كفئة عمرية لها خصائصها المميزة وسماتها المحددة بإعتبارها "موطن الحكمة" وهو ما دعا الأمم المتحدة إلى إعتبار عام ١٩٩٩ عاماً لكبار السن.

٣- قلة الدراسات التى جمعت بين فئتين المراهقين وكبار السن فى إطار واحد يسهل عملية المقارنة بينهما، ويبرز أوجه التباين والإختلاف بينهما فى حجم التعرض ودوافع التعرض وإدراك واقعية المضمون بالإضافة إلى علاقة هذه المتغيرات ببعض الأبعاد النفسية وهو ما تهدف إليه هذه الدراسة.

٤- أهمية دراسة قضية "صراع الأجيال" كمحدد من محددات البناء الإجتماعى. ولعل معرفة البعد الإعلامى فى هذه القضية يساعدنا على إكتشاف الآليات التى تمكننا من تقليل الفجوة بين فئة المراهقين وفئة كبار السن.

رابعاً فروض الدراسة

١- توجد علاقة إرتباطية عكسية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى تقدير الذات لدى المراهقين.

٢- توجد علاقة إرتباطية عكسية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى تقدير الذات عند كبار السن.

٣- توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين حجم التعرض للتليفزيون وتكوين صورة سلبية عن كبار السن لدى المراهقين.

٤- توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين حجم التعرض للتليفزيون وتكوين صورة سلبية عن المراهقين لدى كبار السن.

٥- تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة كبار السن لدى المراهقين بإرتفاع مستوى تقدير الذات لديهم.

٦- تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة المراهقين لدى كبار السن بإرتفاع مستوى تقدير الذات لديهم.

٧- تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة كبار السن لدى المراهقين بإرتفاع مستوى إدراك واقعية المضمون التليفزيونى لديهم.

٨- تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة المراهقين لدى كبار السن بإرتفاع مستوى إدراك واقعية المضمون التليفزيونى لديهم.

خامسا: تعريف مفاهيم الدراسة

١- تقدير الذات

يعنى تقدير الذات بصفة عامة "الفكرة التى يكونها الفرد عن نفسه بما تتضمن من جوانب جسمية وإجتماعية وأخلاقية وانفعالية يكونها الفرد عن نفسه من خلال علاقته بالآخرين وتفاعله معهم".(٤٢)

وهو أيضاً "تعبير سلوكى يعبر به الفرد من خلاله عن مدى تقديره لذاته، وهذا التقدير من قبل الفرد يعكس شعوره بالجدارة والكفاية".(٤٣)

ويرى روزنبرج Rosenberg أن هناك مستويين لتقدير الفرد لذاته، تقدير ذات مرتفع وهذا يعنى أن الفرد يشعر بأنه ذو قيمة وأهمية، وتقدير ذات منخفض وهذا يعنى أن الفرد يشعر بعدم الرضا عن نفسه وبإحتقاره لها.(٤٤)

وقد لاحظ إريك فروم Fromm الإرتباط الوثيق بين تقدير الفرد لنفسه ومشاعره نحو الآخرين، فالإحساس ببغض الذات لا ينفصل عن الإحساس ببغض الآخرين، وأن تقدير الذات المنخفض شكل من أشكال العصاب.(٤٥)

٢- الصورة الذهنية:

تتعدد التعريفات المقدمة لمفهوم الصورة بتعدد مجالات الباحثين وبإختلاف المنظورات البحثية، فالصورة هى "نسبة الفرد خصائص سيكولوجية عامة لجماعة خارجية أو لجماعته، وقد تتباين هذه السمات من حيث عدد السمات المنسوبة ومن حيث مدى الإتفاق بين من ينسبون هذه السمات إلى الجماعة الأخرى".(٤٦)

وهى أيضاً "بنية إجتماعية تنتج عن التاثير التراكمى لعمليات الإتصال الفعالة والمستمرة فى المجتمع... وتعد إحدى الخبرات المشتركة بين أفراد المجتمع الواحد".(٤٧)

وبصفة عامة فإن الصورة هى "الناتج النهائى للإنطباعات الذاتية التى تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أى شئ آخر يمكن أن

يكون له تأثير على حياة الإنسان... وتتكون هذه الإنطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة. وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد وإتجاهاتهم وعقائدهم. وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التى تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهى تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه ويقدرونه على أساسه"(٤٨).

٣- كبار السن (الشيخوخة)

ليس هناك تعريف جامع لهذه المرحلة، وذلك لأنها ليست من الظواهر الثابتة التى تحدث فى المراحل الأخيرة من حياة الفرد أو الكائن الحى عموماً ولكنها حالة سيالة تتأثر بفسيولوجية الفرد ونفسيته وبالبيئة الإجتماعية والإقتصادية والثقافية التى يعيش فيها(٤٩) على أن معظم الدارسين - بالرغم من هذا يشيرون إلى أن سن ما بين الستين والخامسة والستين هو المحك العملى لبداية الشيخوخة، وعادة ما يمثل سن التقاعد وإعتزال أدوار العمل الرئيسية(٥٠).

وإلى جانب المحك العمرى فإن هناك مجموعة من التغيرات البيولوجية والسيكولوجية والإجتماعية التى تؤدى إلى التدهور والضعف فى جميع أوجه حياة الإنسان وهى تعد أيضاً من معالم بدء مرحلة الشيخوخة(٥١).

٤- المراهقون (المراهقة)

يجد العلماء صعوبة فى تحديد بداية ونهاية هذه المرحلة، ويطلقون عليها مسميات كثيرة منها "المراهقة" و"الفتوة" وغيرها... وتمثل هذه الفترة عدم إكتمال النضج الفسيولوجى الجسمانى وعدم الإستقلال الإقتصادى، وتوقف المجتمع عن النظر إلى الشباب كطفل مع حرمانه من القيام بدوره كعضو مكتمل فى المجتمع(٥٢).

وبصفة عامة يمكن تقسيم مرحلة المراهقة إلى ثلاث مراحل:

١- مرحلة ما قبل المراهقة (١٠-١٢ سنة).

٢- مرحلة المراهقة المبكرة (١٣-١٦ سنة).

٣- مرحلة المراهقة المتأخرة (١٧-٢١ سنة)[٥٣]

أى أن مرحلة المراهقة تمتد من ١٢ سنة حتى ٢١ سنة.

وقد أشار آخر تعداد سكانى إلى أن عـــدد كبـــار الســـن فـــى المجتمـــع = ٣٠٣٧٢٢٧.

أما عدد المراهقين (مرحلة المراهقة المبكرة) فى المجتمع = ٦٣٦٥٣٣١[٥٤]

سادساً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

- **منهج الدراسة:** تعتمد هذه الدراسة على مـــنهج المســـح Survey Method وداخل إطار هذا المنهج تم الإعتماد على اســـلوب المســـح بالعينـــة وذلـــك لصعوبة إجراء المسح الشامل لجميع مفردات مجتمع الدراسة.
- **عينة الدراسة:** تعتبر عينة هذه الدراسة عينة حصصية Quota Sample إذ تم توزيع حجم العينة بالتساوى بين فئتى المراهقين وكبار السن.
- **حجم العينة:** تم تطبيق الدراسة على عينة قدرها ٣٠٠ مفردة

إجراءات سحب العينة:

- تم الإقتصار على سكان محافظتى القاهرة والجيزة.
- تم إختيار ناديين إجتماعيين أحدهما يمثل مستوى إقتصادى مرتفـــع (نـــادى الصيد) والآخر يمثل مستوى إقتصادى منخفض (نادى شباب دلاور بـــولاق الدكرور) وذلك لمقابلة المراهقين.

أما بالنسبة لكبار السن فقد قامت الباحثة بزيارة بعـــض النـــوادى الترفيهيـــة الخاصة بالمسنين بالقاهرة والجيزة ومقابلة كبار السن بها.

- **خصائص العينة:** يمكن توضيح الخصائص الأساسية لعينـــة الدراســـة فـــى الجدول التالى:

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة

الخصائص / الفئة	ذكور			إناث			المجموع
	مستوى إقتصادى منخفض	متوسط	مرتفع	مستوى إقتصادى منخفض	متوسط	مرتفع	
المراهقون	٥٢ %٥٣,١	١٢ %٢٩,٣	١٥ %٥٠	٣١ %٥٠	١٤ %٣٦,٨	٢٦ %٨٣,٩	١٥٠ %٥٠
كبار السن	٤٦ %٤٦,٩	٢٩ %٧٠,٧	١٥ %٥٠	٣١ %٥٠	٢٤ %٦٣,٢	٥ %١٦,١	١٥٠ %٥٠
المجموع	٩٨ %٣٢,٦	٤١ %١٣,٧	٣٠ %١٠	٦٢ %٢٩,٧	٣٨ %١٢,٧	٣١ %١٠,٣١	٣٠٠ %١٠٠

وكان متوسط عمر المراهقين (M) = ١٤,٣ سنة

ومتوسط عمر كبار السن (M) = ٦٥,٧ سنة

- طريقة جمع البيانات: تم جمع بيانات الدراسة من خلال المقابلة الشخصية مع المبحوثين.
- أدوات جمع البيانات: تم جمع البيانات من خلال إستمارة إستبيان تحتوى على مقاييس الدراسة (على ما سوف يتم توضيحه) وقد تم عرضها قبل إستخدامها على بعض المحكمين(٥٥) وذلك لقياس صدقها، كما تم إعادة ملء ٣٠ إستمارة (١٥ من المراهقين، ١٥ من كبار السن) وذلك لقياس اثبات، وقد إتضح أنه = ٠,٩٢.
- الإطار الزمنى لجمع البيانات: تم جمع بيانات الدراسة المسحية خلا شهر (يناير ١٩٩٩م).

مقاييس الدراسة:

١- **مقياس حجم التعرض للتليفزيون**: تم تصميم مقياس يتكون من ثمانية أسئلة عن عدد ساعات التعرض اليومى، وعدد الأيام فى الأسبوع ، حجم التعرض لنوعيات مختلفة من البرامج.

وبلغت الدرجة الإجمالية (الكلية) للمقياس ١٨ درجة تم توزيعها على النحو التالى:

- تعرض منخفض: من يحصل على ٦ درجات فأقل.
- تعرض متوسط: ٧ درجات إلى أقل من ١٢ درجة.
- تعرض مرتفع: ١٢ درجة فأكثر.

٢- **مقياس الدوافع الطقوسية:** وتعنى الدوافع الطقوسية مشاهدة التليفزيون لأغراض التسلية والترفيه، وكنوع من التعود، وللرغبة فى الراحة والإسترخاء... ويتكون المقياس من خمس عبارات بطريقة ليكرت مجموع درجاتها خمس وعشرون درجة تم توزيعها على النحو التالى:

- دافعية طقوسية منخفضة: من يحصل على ٨ درجات فأقل.
- دافعية طقوسية متوسطة: (٩ درجات إلى أقل من ١٨ درجة).
- دافعية طقوسية مرتفعة: ١٨ درجة فأكثر.

٣- **مقياس الدوافع المنفعية:** وتعنى الدوافع المنفعية التعرض للتليفزيون بهدف التعلم والإستفادة من خبرات وتجارب الآخرين، والتعرف على ما يحدث فى العالم الخارجي.

ويتكون المقياس من خمس عبارات مصاغة بطريقة ليكرت مجموع درجاتها خمس وغشرون درجة تم توزيعها على النحو التالى:

- دافعية منفعية منخفضة: من يحصل على ٨ درجات فأقل.
- دافعية منفعية متوسطة: ٩ درجات إلى أقل من ١٨ درجة.
- دافعية منفعية مرتفعة: ١٨ درجة فأكثر

٤- **المقياس الكلى لإدراك واقعية المضمون التليفزيونى:** وقد تم إستخدام مقياس Potter (١٩٩٢)[٥٦] ويتكون المقياس من ٢٠ عبارة موزعة على ثلاثة أبعاد (على ما سيأتى توضيحه) ومصاغه بطريقة ليكرت الثلاثية (غالباً - أحياناً - لا) ويبلغ مجموع درجات المقياس ٤٠ درجة تم توزيعها على النحو التالى:-

- إدراك واقعية منخفض: من يحصل على ١٤ درجة فأقل.

- إدراك واقعية متوسط: من ١٥ درجة إلى أقل من ٢٨ درجة.
- إدراك واقعية مرتفع: من ٢٨ درجة فأكثر.

٥- **مقياس المنفعة:** وهو البعد الأول من مقياس إدراك الواقعية، ويعنى رؤية المبحوثين للتليفزيون على أنه مصدر للعلم والمعرفة وزيادة الخبرات ويساعد على حل المشكلات بما يعرضه من حلول لمشكلات مماثلة.. ويتكون المقياس من ست عبارات مجموع درجاتها أثنتا عشرة درجة تم توزيعها على النحو التالى:

- منخفض: ٤ درجات فأقل.
- متوسط: من ٥ درجات إلى أقل من ٩ درجات.
- مرتفع: ٩درجات فأكثر.

٦- **مقياس التوحد:** وهو البعد الثانى من مقياس إدراك الواقعية، ويعنى توحد المبحوثين مع الشخصيات والأحداث المقدمة فى التليفزيون بإعتبارها شخصيات قريبة منهم وينظرون إليها بإعتبارها من أصدقائهم وهم يعجبون بها ويتمنون أن يعيشوا مثلها فى الواقع.. ويتكون المقياس من ست عبارات أيضاً تم توزيعها بنفس طريقة توزيع مقياس المنفعة السابق.

٧- **مقياس النافذة السحرية:** والنافذة السحرية هى البعد الثالث للمقياس، ويعنى إعتقاد المشاهدين فى كون التليفزيون "نافذة سحرية" تطلعهم على الأحداث المختلفة، وهو لا يغير من طبيعة الأحداث وإنما ينقلها كما هى، ويتكون المقياس من ثمانى عبارات مجموع درجاتها ست عشرة درجة تم توزيعها على النحو التالى:-

- منخفض: ٥ درجات فأقل.
- متوسط: من ٦ درجات إلى أقل من ١١.
- مرتفع: ١١ درجة فأكثر.

٨- مقياس تقدير الذات: وقد تم إستخدام مقياس Revised Janis-field scale[٥٧] لتقدير الذات، ويتكون المقياس من ٢٠ عبارة (سؤالاً) بطريقة ليكرت، ويبلغ مجموع درجات المقياس (١٠٠ درجة) تم توزيعها على النحو التالى:-

- منخفض : ٣٣ درجة فأقل.
- متوسط: ٣٤ درجة إلى أقل من ٦٧ درجة.
- مرتفع: ٦٧ درجة فأكثر.

٩- **مقياس صورة كبار السن**: تم تصميم مقياس يتكون من ثمانى عبارات بطريقة ليكرت، ويبلغ مجموع درجات المقياس ٤٠ درجة تم توزيعها على النحو التالى:

- منخفض : ١٢ درجة فأقل.
- متوسط: ١٣ درجة إلى أقل من ٢٨ درجة.
- مرتفع: ٢٨ درجة فأكثر.

ومن عبارات هذا المقياس:

- أرى أن كبار السن أصبحوا "حجر عثرة" فى سبيل تطور هذا المجتمع.
- أحب كثيراً من كبار السن ولكننى لا أحترم أفكارهم.
- معظم الأفكار التى يعتنقها كبار السن هى "أفكار متخلفة" لا يصلح تطبيقها حالياً.
- يبدو لى أن هناك فجوة كبيرة من عدم التفاهم بين جيل الآباء وجيل الأبناء.

١٠- **مقياس صورة المراهقين**: تم تصميم مقياس يتكون من ثمانى عبارات بطريقة ليكرت، ويبلغ مجموع درجات المقياس أيضاً ٤٠ درجة تم توزيعها بنفس طريقة توزيع المقياس السابق ومن عبارات هذا المقياس:-

- معظم شباب اليوم "أنانيون" لا يفكرون إلا فى مصالحهم الشخصية.
- شباب اليوم أقل إحتراماً لآبائهم من شباب الأمس.
- تطور المجتمع يحتاج إلى "حكمة" كبار السن أكثر مما يحتاج إلى "قـوة" الشباب.
- معظم الأفكار التى يعتنقها الشباب اليوم هى "أفكـار متهـورة" لا تفيـد المجتمع.

١١- **مقياس المستوى الإجتماعى – الإقتصـادى:** تم تصميم مقياس يتكون من عشرة أسئلة، يبلغ مجموع درجات الإجابة عنها ستين درجة، تم توزيعهـا على النحو التالى:

- منخفض: ٢٠ درجة فأقل.
- متوسط: ٢١ درجة إلى أقل من ٤١ درجة.
- مرتفع: ٤١ درجة فأكثر.

ويمكن بيان خصائص مقاييس الدراسة وتوزيع مفردات العينة عليهـا فـى الجدول التالى:

جدول رقم (٢)

خصائص مقاييس الدراسة وتوزيع الأفراد عليها

الخصائص والتوزيع / المقاييس	مجموع درجات المقياس	M لدى المراهقين	SD لدى المراهقين	M لدى كبار السن	SD لدى كبار السن	المراهقون			كبار السن		
						منخفض	متوسط	مرتفع	منخفض	متوسط	مرتفع
حجم التعرض للتليفزيون	١٨	١٢,٧	٣,٠١	٨,٨	٥,٧	١٦ %١٠,٧	٩١ %٦٠,٧	٤٣ %٢٨,٦	٥٧ %٣٨	٦٤ %٤٢,٧	٢٩ %١٩,٣
مقياس الدوافع الطقوسية	٢٥	١٨,١	٤,١	١٣,٤	٨,٣	٢٨ %١٨,٧	٧٦ %٣٠,٦	٤٦ %٣٠,٦	٥٧ %٣٨	٦٣ %٤٢	٣٠ %٢٠
مقياس الدوافع النفعية	٢٥	٢٠,٥	٤,٢	١٥,٤	٩,٣	٢٧ &١٨	٦٠ %٤٠	٦٣ %٤٢	٦٢ ٤١,٣	٤٨ %٣٢	٤٠ %٢٦,٧
المقياس الكلى لإدراك الواقعية	٤٠	١٨,٧	٤,٦	١٤,١	٩,٣	١٨ %١٢	٧٠ %٤٦,٧	٦٢ %٣٧,٣	٥٦ %٣٧,٣	٤٨ %٣٢	٤٦ %٣٠,٧
مقياس المنفعة	٢٠	٥,٨	٢,١	٤,٤٥	٣,١٩	١٥ %١٠	٨٥ ٥٦,٧	٥٠ %٣٣,٣	٥٥ %٣٦,٦	٤٩ %٣٢,٧	٤٦ %٣٠,٧
مقياس التوحد	١٢	٧,١٣	٢,٥٧	٤,٤١	٣,٤٩	٢١ %١٤	٩٠ %٦٠	٣٩ %٢٦	٨٠ %٥٣,٣	٥٧ %٣٨	١٣ %٨,٧
مقياس النافذة السحرية	١٦	٥,٨٢	٢,١	٥,٢٤	٣,٥٤	١٩ %١٢,٧	١٠٥ %٧٠	٢٦ %١٧,٣	٤١ %٢٧,٣	٦٥ %٤٣,٣	٤٤ %٢٩,٤
مقياس تقدير الذات	١٠٠	٥٠,٦١	١٩,٦	٤٧,٩	١٤,٣	٣٧ %٢٤,٧	٨٠ %٥٣,٣	٣٣ %٢٢	٣٨ %٢٥,٣	٨٤ %٥٦	٣٨ %١٨,٧
مقياس صورة كبار السن	٤٠	٢٣,٨	٦,٦	–	–	٧٢ ٤٨	٤٣ %٢٨,٧	٣٥ %٢٣,٣	–	–	–
مقياس صورة المراهقين	٤٠	–	–	٣١,٥	٦,١	–	–	–	٢١ %١٤	٤١ %٢٧,٣	٨٨ %٥٨,٧
مقياس المستوى الإجتماعى الإقتصادى	٦٠	٣٠,٧	٨,٤	٢٧,٢	٦,٩	٨٣ %٥٥,٣	٢٦ %١٧,٣	٤٠ %٢٧,٤	٧٧ %٥١,٣	٥٣ %٣٥,٣	٢٠ %١٣,٤

- M = المتوسط (Mean)
- SD (الإنحراف المعيارى Standard Divation)

سابعا: المعالجة الإحصائية للبيانات.

تم إجراء التحليل الإحصائى لبيانات هذه الدراسة من خلال البرنامج الإحصائى SPSS. وتم إستخدام الإختبارات الإحصائية التالية:-

- إختبار كا٢
- معامل التوافق
- إختبار "ت"
- معاملات الإرتباط الجزئية والمتعددة.
- حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية للمتغيرات المختلفة.

ثامنا: نتائج الدراسة

النتائج العامة

١- حجم تعرض المراهقين وكبار السن للتليفزيون

أ - تشير نتائج الدراسة المسحية إلى أن ٢٨,٦% من مفردات عينة المراهقين يشاهدون التليفزيون بصورة مكثفة، بينما يشاهد ٦٠,٧% منهم بصورة متوسطة و١٠,٧% منهم بصورة منخفضة. كما أظهرت أن الذكور أكثر تعرضاً (M = ١٢,٢ SD = ٣,٥) من الإناث (M = ٣,١١ SD = ٢,٦) وأن هذه الفروق ذات دلالة إحصائية (ت = ١,٧٩ معنوية = ٠,٠١) كما أظهرت أن الأقل فى المستوى الإقتصادى أكثر تعرضاً (SD = ٢,٥ M = ١٢,٩) من الأعلى فى المستوى الإقتصادى (M = ١١,٨ SD = ٣,٦) وأن هذه الفروق ذات دلالة إحصائية (ت = ١,٩٩ معنوية = ٠,٠١).

ب- كما تشير نتائج الدراسة إلى أن ١٩,٣% من مفردات عينة كبار السن يشاهدون التليفزيون بصورة مكثفة، بينما يشاهد ٤٢,٧% منهم بصورة متوسطة و٣٨% منهم بصورة منخفضة. ولم يظهر إختبار "ت" أى فروق معنوية بين الذكور (M = ٦,٦٤ SD = ٥,٨) والإناث (SD = ٥,٩٩ M = ٨,٩٨) وكانت قيمة ت= ٣٥٧، وهى غير معنوية (P = ٠,٢٩٦) بينما أظهرت (عكس المراهقين). أن الأعلى فى المستوى الاقتصادى (M = ١٢,٤٥ SD = ٢,٩) أكثر مشاهدة من الأقل فى المستوى

الاقتصادى (M = ٧,٦٧ SD = ٦,١) وأن هذه الفروق ذات دلالة (ت = ٣,٣٨ معنوية = ٩,٠٠٠.

جـ- ولمعرفة مدى وجود فروق دالة بين عينة المراهقين وعينة كبار السن على مقياس حجم التعرض للتليفزيون تم إجراء إختبار "ت" حيث تبين أن المراهقين (M = ١٢,٧ SD = ٣,٠١) أكثر مشاهدة من كبار السن (M = ٨,٨ - SD = ٥,٧) وأن هذه الفروق ذات دلالة حيث إن قيمة ت = ٧,٤ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

٢- دوافع تعرض المراهقين وكبار السن للتليفزيون

أ- الدوافع الطقوسية:-

١- تشير نتائج الدراسة إلى أن ١٨,٧% من المراهقين لديهم مستوى منخفض من الدوافع الطقوسية وأن ٥٩,٧% منهم لديهم مستوى متوسط فى حين كانت نسبة ذوى المستوى المرتفع ٣٠,٦%. وقد أظهر إختبار "ت" أنه لا توجد فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث أو بين الأعلى فى المستوى الإقتصادى والأقل فيه حيث إن قيم "ت" على التوالى هى (٠,٣٤٥ - ٠,٠٣١) وهى ذات دلالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٥١ - ٠,٠٧).

٢- كما تشير الدراسة إلى أن ٣٨% من كبار السن لديهم مستوى منخفض من الدوافع الطقوسية وأن ٤٢% منهم لديهم مستوى متوسط فى حين كانت نسبة ذوى المستوى المرتفع ٢٠% وقد أظهر إختبار "ت" أنه لا توجد فروق بين الذكور والإناث فى متغير الدوافع الطقوسية حيث إن قيمة ت = ١,٠٤ وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٠٥) فى حين أظهر إختبار "ت" وجود فروق ذات دلالة بين الأعلى فى المستوى الإجتماعى والإقتصادى (M = ١٦,٨ SD = ٥,٠٨) والأقل فيه (M = ١١,٩٧ SD = ٩,١٧) لصالح الأعلى حيث إن قيمة ت = ٢,٢٦ وهى دالة عند مستوى معنوية = ٠,٠٠٠١.

٣- ولمعرفة مدى وجود فروق دالة بين عينة المراهقين وكبار السن على مقياس الدوافع الطقوسية وبإجراء إختبار "ت" تبين أن مستوى الدوافع الطقوسية عند

المراهقين (M = ١٨,١ SD = ٩,١) أعلى من مستوى الدوافع الطقوسية عند كبار السن (M = ١٣,٤ SD = ٨,٣) وأن هذه الفروق ذات دلالة حيث إن قيمة ت = ٦,٣) وهى دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

٤- وبصفة عامة فإن أهم الدوافع الطقوسية لدى المراهقين هى للتخلص من الملل أو الضيق (٥٤,٧%) ثم حين لا أجد أحداً أتكلم معه (٣٦%) ثم للرغبة فى الإسترخاء (٢٦%) ثم بحكم العادة أو التعود (٢٠,٧%) وهى ذات دوافع كبار السن وإن إختلفت النسبة.

ب- الدوافع النفعية:

١- تشير نتائج الدراسة إلى أن١٨% من المراهقين لديهم مستوى منخفض من الدوافع النفعية وأن ٤٠% منهم لديهم مستوى متوسط فى حين كانت نسبة ذوى المستوى المرتفع ٤٢% وقد أظهر إختبار "ت" أنه لا توجد فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث على متغير الدوافع النفعية حيث إن قيمة ت = ١,٠٤ وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ فى حين أظهر فروقاً ذات دالة بين الأعلى فى المستوى الإجتماعى الإقتصادى (SD = ٤,٩٩ M = ١٩,٢) والأقل فيه (M = ٢١,٠٦ SD = ٣,٦٦) لصالح الأقل فى المستوى الإقتصادى حيث إن قيمة ت = ٢,٣٦ وهى دالة عند مستوى معنوية = ٠,٠٢ .

٢- كما تشير الدراسة إلى أن ٤١,٣% من كبار السن لديهم مستوى منخفض من الدوافع النفعية وأن ٣٢% منهم لديهم مستوى متوسط فى حين كانت نسبة ذوى المستوى المرتفع ٢٦,٧% وقد أظهر إختبار "ت" أنه لا توجد فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث على متغير الدوافع النفعية عند كبار السن، حيث إن قيمة ت = ٤١، وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ ، فى حين أظهر فروقاً ذات دلالة بين الأعلى فى المستوى الاجتماعى الاقتصادى (SD = ٤,٥٥ M =١٩,٩٥) والأقل فيه (M = ١٢,٦٩ SD = ٩,٥٧) لصالح الأقل فى المستوى الإجتماعى الإقتصادى حيث إن قيمة ت = ٣,٢٩ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠٠١

٣- ولمعرفة مدى وجود فروق دالة بين عينة المراهقين وكبار السن على مقياس الدوافع النفعية وبإجراء إختبار "ت" تبين أن مستوى الدوافع المنفعية عند المراهقين (M = ٢٠,٥ SD = ٤,٢) هى أكبر أيضاً من مستوى الدوافع المنفعية عند كبار السن (M = ١٥,٤ SD = ٩,٣) وأن هذه الفروق ذات دلالة حيث إن قيمة "ت" = ٦,٢ وهى دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠١).

٤- وبصفة عامة فقد كانت أهم الدوافع النفعية عند المراهقين هى التعرف على ما يحدث فى العالم الخارجى (٧٢%)، للتعرف على المعلومات التى تهمنى شخصياً (٥٦%) لتعلم حاجات (أشياء) جديدة لم أكن أعرفها من قبل (٤٨%)، للإستفادة من خبرات وتجارب الذين أشاهدهم (٤٤%) وأخيراً للتعرف على الطريقة التى يحل بها الناس مشاكلهم (٣٣,٣%).

أما أهم الدوافع النفعية عند كبار السن فكانت: التعرف على ما يحدث فى العالم الخارجى (٤٨%)، لتعلم حاجات جديدة لم أكن أعرفها من قبل (٣٩,٣%) للتعرف على المعلومات التى تهمنى أنا شخصياً (٣٤%)، للتعرف على الطريقة التى يحل بها الناس مشاكلهم (٣١,٤%) وأخيراً للإستفادة من خبرات وتجارب الذين أشاهدهم (٣٠%).

٣- إدراك واقعية المضمون التليفزيونى

١- تشير نتائج الدراسة إلى أن ١٢% من عينة المراهقين لديهم إدراك منخفض لواقعية المضمون التليفزيونى، وأن ٤٦,٧% لديهم مستوى إدراك متوسط و٤١,٣% لديهم مستوى إدراك مرتفع لواقعية هذا المضمون. وقد أظهر إختبار "ت" أنه لا توجد فروق ذات دلالة بين الذكور والأناث أو بين الأعلى فى المستوى الإجتماعى الإقتصادى والأقل فيه على متغير إدراك الواقعية، حيث إن قيم "ت" على التوالى هى "٠,١٤٢ - ٠,٨٩١" وهى ذات دلالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٠٨ - ٠,١٢٨).

٢- كما تشير الدارسة إلى أن ٣٧,٣% من عينة كبار السن لديهم مستوى إدراك منخفض لواقعية المضمون التليفزيونى، وأن ٣٢% لديهم مستوى إدراك

متوسط و٣٠,٧% لديهم مستوى إدراك مرتفع لواقعية هذا المضـــمون. وقــد أظهر إختبار "ت" أنه لا توجد فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث على متغير إدراك الواقعية، حيث إن قمية "ت" ٠,٦٣٤ وهى دالة عند مستوى معنوى أكبر من ٠,٠٥. فى حين أظهر الإختبار وجود فروق دالة بين الأعلى فى المستوى الإقتصادى (M = ١٢,١٩ SD = ٩,٦٩) والأقل فيه (M = ١٢,١٩ SD = ٩,٦٩) حيث إن قيمة ت = ٢,٥٢ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١

٣- ولمعرفة مدى وجود فروق دالة بين عينة المراهقين وكبار السن على مقيـــاس إدراك الواقعية وبإجراء إختبار "ت" تبين أن متوسط مستوى إدراك الواقعيـــة عند المراهقين (M = ١٨,٧ SD = ٤,٦) أكبر من مستوى إدراك الواقعية عند كبار السن (M = ١٤,١ SD = ٩,٣) وأن هذه الفروق دالة إحصائياً حيث إن قيمة ت = ٥,٤ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

٤- كما أوضحت الدراسة المسحية أيضاً وجود فروق ذات دلالـــة علـــى الأبعـــاد الفرعية لمقياس إدراك الواقعية (المنفعة - التوحد) حيث كانت قيم "ت" علـــى التوالى هى ٤,٢٢ - ٧,٦٦) وهى قيم دالة عند مســـتوى معنويـــة ٠,٠٠٠١، وجميعها لصالح المراهقين بينما أوضحت الدراسة المسحية عدم وجود فـــروق ذات دلالة بين المراهقين وكبار السن على بعد "النافذة السحرية" حيث إن قيمة ت = ١,٧٣ وهى دالة عند مستوى معنويةأكبر من ٠,٠٥ (٠,٠٥٨).

٤- مستوى تقدير الذات لدى عينة الدراسة:

١- تشير بيانات هذه الدراسة إلى أن ٢٤,٧% من عينة المراهقين لديهم مســـتوى تقدير ذات منخفض، وأن حوالى نصف العينة (٥٣,٣) لديهم مستوى تقدير ذات متوسط فى حين أن ٢٢% فقط لديهم تقدير ذات مرتفع. وبإجراء إختبار "ت" لم يتضح وجود فروق بين الذكور والإنـــاث ولا بـــين الأعلـــى فـــى المســـتوى الإجتماعي الاقتصادى والأقل فيه، حيث إن قيم "ت" على التوالى هى (١,٥٨ - ١,٢٤) وهى قيم غير دالة عند مستوى معنويـــة أقـــل مـــن٠,٠٥ (٠,٣٩٦ - P = ٠,١٣٨)

٢- كما تشير بيانات هذه الدراسة إلى أن ٢٥,٣% من عينة كبار السن لديهم مستوى تقدير ذات منخفض، وأن أكثر من نصف العينة (٥٦%) لديهم مستوى تقدير متوسط، فى عين أن ١٨,٧% لديهم تقدير ذات مرتفع. وقد أظهر إختبار "ت" أنه لا توجد فروق ذات دالة بين الذكور والإناث على متغير تقدير الذات حيث إن قيمة ت - ١,٧٤ وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (١٩٩) فى حين أظهرت فروقاً ذات دلالة بين الأعلى فى المستوى الإجتماعى (M= ٤٦,٣ SD = ١٢,٦) والأقل فيه (M= ٢٨,١٥ SD = ٢٧,٢)، فالأقل فى المستوى الإجتماعى أكثر تقديراً لذاته من الأقل فيه، وقد كانت قيمة ت= ٥,٢٤ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

٣- ولمعرفة مدى وجود فروق ذات دلالة بين المراهقين وكبار السن على متغير تقدير الذات أوضح إختبار "ت" أن المراهقين أعلى فى تقدير الذات (١٩,٦١ = M = ٥٠,٦١ SD) من كبار السن (M = ٤٧,٩٢ SD = ١٤,٣٣) وأن هذه الفروق دالة إحصائياً حيث إن قيمة ت = ١,٣٥٤ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

٥- صورة كبار الن لدى المراهقين:

تشير بيانات الدراسة المسحية إلى أن (٤٨%) لديهم صورة سلبية ضعيفة عن كبار السن، وأن (٢٨,٧%) لديهم صورة سلبية متوسطة، فى حين أن (٢٣,٣%) لديهم صورة سلبية قوية عن كبار السن.

ولم يظهر إختبار "ت" أية فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث أو بين الأعلى فى المستوى الإجتماعى الإقتصادى والأقل فيه على متغير صورة كبار السن، حيث إن قيم "ت" على التوالى هى (١,٢٥ - ٠,١٣) وهى قيم غير دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٤ - ٠,٩٤ = P).

وبصفة عامة يرى (٣٤%) من المراهقين أن كبار السن أصبحوا حجر عثرة فى سبيل تطور المجتمع، ويتضايق (٢٠,٧%) من تمسك كبار السن بتقاليد وقيم لم تعد تصلح لعصرنا الحالى، ويرى (٢٠,٧%) أن هناك فجوة كبيرة من عدم التفاهم

بين جيل الآباء وجيل الأبناء، كما يختلف (٢٠%) من المراهقين مع كبار السن حول بعض القيم الحياتيه، ويتضايق (٨,٧%) من محاولة كبار السن التدخل في طريقة حياتهم. ويرى (٤%) من المراهقين أن معظم الأفكار التي يعتنقها كبار السن هي "أفكار متخلفة" لا يصلح تطبيقها حالياً، ولذا فإن (٢,٧%) من المراهقين يحبون كبار السن ولكنهم لا يحترمون أفكارهم، وأخيراً يرى (٢%) أن تطور المجتمع يحتاج إلى "قوة الشباب" أكثر من إحتياجه إلى حكمة كبار السن.

٦- صورة المراهقين لدى كبار السن:

تشير بيانات الدراسة المسحية إلى أن ١٤% من كبار السن لديهم صورة سلبية ضعيفة عن المراهقين، وأن (٢٧,٣%) لديهم صورة سلبية متوسطة، في حين أن أكثر من نصف العينة (٥٨,٧%) لديهم صورة سلبية قوية عن المراهقين. ولم يظهر إختبار "ت" أية فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث على متغير صورة المراهقين، حيث إن قيمة ت = ٠,٦٧٤ وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ في حين أظهر الإختبار فروقاً ذات دلالة بين الأعلى في المستوى الإقتصادى (M = ٣٤,٦ SD = ٤,١٢) والأقل فيه (M = ٣١,٥٩ SD = ٥,٣٣) لصالح الأعلى، حيث إن قيمة ت = ٢,٣٨ وهى دالة عند مستوى معنوية = ٠,٠٢٠.

وبصفة عامة يرى (٥٤%) أن شباب اليوم أكثر مادية (ماديون) من شباب الأمس ويرى (٥٢,٧%) أن تطور المجتمع يحتاج إلى حكمة كبار السن أكثر مما يحتاج إلى قوة الشباب، كما يرى (٥٢%) أن معظم شباب اليوم أنانيون لا يفكرون إلا في مصالحهم الشخصية ويرى (٤٢,٧%) أن هناك فجوة كبيرة بينهم وبين الأبناء، كما يختلف (٤٢%) مع الشباب حول بعض القيم الحياتية، ويرى (٣٦%) أن شباب اليوم أقل إحتراماً لأبنائهم من شباب الأمس، وأخيراً يرى (٣٢%) من كبار السن أن معظم الأفكار التي يعتنقها الشباب هي "أفكار متهورة" لا تفيد المجتمع.

** ولمعرفة وجود فروق بين درجة سلبية صورة كبار السن لدى المراهقين ودرجة سلبية صورة المراهقين لدى كبار السن تم إجراء إختبار "ت" حيث أظهر الإختبار أن درجة سلبية صورة المراهقين لدى كبار السن (٦,١٤ = M = ٣١,٤٨ SD) أكبر من درجة سلبية صورة كبار السن لدى المراهقين

(M= ٢٣,٧٥ SD = ٦,٦٣) وأن هذه الفروق دالة إحصائياً حيث أن قيمة ت = ١٠,٤٧ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠) أى أن مستوى سلبية صورة المراهقين لدى كبار السن أكبر من مستوى سلبية صورة كبار السن لدى المراهقين.

نتائج إختبارات الفروض:

إختبار الفرض الأول: "توجد علاقة إرتباطية عكسية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى تقدير الذات لدى المراهقين".

لإختبار هذا الفرض تم تكوين الجدول الثنائى التالى وحساب كا٢ ومعامل التوافق.

جدول رقم (٣)

حجم التعرض للتليفزيون وعلاقته بتقدير الذات لدى المراهقين

حجم التعرض / مستوى تقدير الذات	منخفض	متوسط	مرتفع	المجموع
منخفض	٥ %٣١,٣	١٦ %١٧,٦	١٦ %٢٧,٢	٢٧ %٢٤,٧
متوسط	٥ %٣١,٣	٥٩ %٦٤,٨	١٦ %٢٧,٢	٨٠ %٥٣,٣
مرتفع	٦ %٣٧,٤	١٦ %١٧,٦	١١ %٢٥,٦	٣ %٢٢
المجموع	١٦ %١٠,٧	٩١ %٦٠,٧	٤٣ %٢٨,٦	١٥٠ %١٠٠

كا٢ = ١٣,٥ توافق = ٠,٢٨٧ بيرسون = ٠,٢١ معنوية = ٠,٠٠٠

ومن الجدول السابق يتضح أن هناك علاقة إرتباطية بين حجم التعرض ومستوى تقدير الذات لدى المراهقين حيث كان كا٢ = ١٣,٥ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠) ولقياس شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق وكان = ٠,٢٩، أما معامل بيرسون فكان = ٠,٢١ وهما دالان عند مستوى معنوية = ٠,٠٠٠١.

ومن الجدول نلاحظ أن الأقل تعرضاً هم الأعلى فى مستوى تقدير الذات (٣٧,٤%) وأن الأكثر تعرضاً هم الأقل تقديراً لذواتهم (٢٥,٦%).

ولمعرفة مدى وجود فروق ذات دلالة بين الأكثر تعرضاً والأقل تعرضاً على مقياس تقدير الذات تم إجراء إختبار "ت" وهو ما تتضح نتائجه فى الجدول التالى:

جدول رقم (٤)

نتائج إختبارات (ت) لمعنوية الإختلاف بين الأكثر تعرضاً والأقل تعرضاً على متغير تقدير الذات

المجموعات	العدد	متوسط تقدير الذات M	الإنحراف المعيارى SD	قيمة الإختلاف بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى المعنوية P
قليلو المشاهدة	١٦	٥٤,٧	٧,٥٨	١١,٢٩٩	٢,٢١	٠,٠٠٠
كثيفو المشاهدة	٤٣	٤٣,٤	١٩,٨٥			

ومن الجدول السابق نلاحظ أن الأقل تعرضاً للتليفزيون هم الأعلى فى مستوى تقدير الذات، وأن الأكثر تعرضاً هم الأقل تقديراً لذواتهم، وأن الفروق بين الأقل تعرضاً والأكثر تعرضاً على متغير تقدير الذات هى فروق ذات دلالة حيث إن قيمة ت = ٢,٢١ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض القائل: توجد علاقة إرتباطية عكسية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى تقدير الذات لدى المراهقين.

إختبار الفرض الثانى: "توجد علاقة إرتباطية عكسية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى تقدير الذات لدى كبار السن".

لإختبار هذا الفرض تم تكوين الجدول الثنائى التالى وحساب كا٢ ومعامل التوافق:

جدول رقم (٥)

حجم التعرض للتليفزيون وعلاقته بتقدير الذات لدى كبار السن

حجم التعرض / مستوى تقدير الذات	منخفض	متوسط	مرتفع	المجموع
منخفض	٨ %١٤	١٧ %٢٦,٦	١٣ %٤٤,٨	٣٨ %١٨,٧
متوسط	٤١ %٧٢	٣٢ %٥٠,٠	١١ %٣٧,٩	٨٤ %٥٦
مرتفع	٨ %١٥	١٥ %٢٣,٤	٥ %١٧,٣	٢٨ %٢٥,٣
المجموع	٥٧ %٣٨	٦٤ %٤٢,٧	٢٩ %١٩,٣	١٥٠ %١٠٠

كا^{٢} = ١٣,٤ توافق = ٠,٢٩ بيرسون = ٠,٢٣ معنوية = ٠,٠٠٩

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن هناك علاقة إرتباطية بين حجم تعرض كبار السن للتليفزيون ومستوى تقدير الذات لديهم، حيث إن قيمة كا^{٢} = ١٣,٤ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٩) ولقياس شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق وكان = ٠,٢٩ أما معامل بيرسون فكان = ٠,٢٣ وهما دالان عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، ومن الجدول نلاحظ أيضاً أن الأكثر تعرضاً أقل تقييماً لذواتهم وأن الأقل تعرضاً أعلى تقييماً لذواتهم.

ولمعرفة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأكثر تعرضاً من كبار السن والأقل تعرضاً منهم على متغير مستوى تقدير الذات، إجراء إختبار "ت" وهو ما يمكن توضيح نتائجه فى الجدول التالى:

جدول رقم (٦)

نتائج إختبار -ت- لمعنوية الإختلاف بين قليلى المشاهدة وكثيفها على متغير تقدير الذات

المجموعات	العدد	متوسط تقدير الذات M	الإنحراف المعيارى SD	قيمة الإختلاف بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى المعنوية
قليلو المشاهدة	٥٧	٥,٩١	٢١,٩	١٣,٩	٣,٨	٠,٠٠٠
كثيفو المشاهدة	٢٩	٤٥,٢	٢١,١			

ومن الجدول السابق نلاحظ أن هناك فروقاً ذات دلالة بين الأقل مشاهدة والأكثر مشاهدة على متغير مستوى تقدير الذات، وذلك لصالح قليلى المشاهدة، فقليلوا المشاهدة أعلى فى مستوى تقدير الذات من كثيفى المشاهدة وأن هذه الفروق ذات دلالة إحصائية حيث إن قيمة ت = ٣,٨ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠)

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض الثانى القائل "توجد علاقة إرتباطية عكسية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى تقدير الذات لدى كبار السن".

اختبار الفرض الثالث: "توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين حجم التعرض للتليفزيون وتكوين صورة سلبية عن كبار السن لدى المراهقين".

لاختبار هذا الفرض تم تكوين الجدول الثنائى التالى وحساب كا[٢] ومعامل التوافق:

جدول رقم (٧)

حجم التعرض وعلاقته بتكوين صورة سلبية عن كبار السن

حجم التعرض / مستوى سلبية الصورة	منخفض	متوسط	مرتفع	المجموع
منخفض	٣ %١٨,٨	١٨	١٥ %٥٦	٧٢ %٤٨
متوسط	٦ %٣٧,٥	٢٣ %٣٥,٣	١٤ %٣٢,٦	٤٣ %٢٨,٧
مرتفع	٧ %٤٣,٨	١٧	١١ %٣٥,٦	٣٥ %٢٣,٣
المجموع	١٦	١	٤٢ %٣٨,٦	١٥٠ %١٠٠

كا^{2} = ٩,٢٤ معامل التوافق = ٠,٢٤ بيرسون ٠,٢٥ معنوية = ٠,٠٠٠

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن هناك علاقة إرتباطية بين حجم التعرض ومستوى سلبية صورة كبار السن لدى المراهقين، حيث إن قيمة كا^{2} = ٩,٢٤ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ولقياس شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق وكان = ٠,٢٤ ، أما معامل بيرسون فكان = ٠,٢٥ وهما دالان عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠).

ومن الجدول نلاحظ وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين المتغيرين فالأكثر مشاهدة أكثر تكويناً لصورة سلبية عن كبار السن من قليلى المشاهدة.

ولمعرفة وجود فروق ذات دلالة بين الأكثر تعرضاً والأقل تعرضاً من المراهقين على مقياس مستوى سلبية الصورة تم إجراء إختبار "ت" وهو ما الجدول التالى نتائجه فى.

جدول رقم (٨)

نتائج إختبار "ت" لمعنوية الإختلاف بين كثيفى المشاهدة وقليلها على متغير سلبية الصورة

المجموعات	العدد	المتوسط	الإنحراف المعيارى	قيمة الإختلاف بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى المعنوية
قليلو المشاهدة	١٦	٢١,٢٥	٨,٠٢	٤,٧٢٨	٢,٣٦	٠,٠٢
كثيفو المشاهدة	٤٣	٢٥,٩٧	٦,٣٨			

ومن الجدول السابق نلاحظ أن هناك فروقاً ذات دلالة بين قليلى المشاهدة وكثيفى المشاهدة على متغير سلبية صورة كبار السن لدى المراهقين وأن هذه الفروق لصالح كثيفى المشاهدة. أى أن الأكثر تعرضاً للتليفزيون من المراهقين أكثر تكويناً لصورة سلبية عن كبار السن من قليلى المشاهدة.

على هذا يمكن لنا قبول الفرض الثالث القائل "توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين حجم التعرض للتليفزيون وتكوين صورة سلبية عن كبار السن لدى المراهقين".

اختبار الفرض الرابع: "توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين حجم التعرض للتليفزيون وتكوين صورة سلبية عن المراهقين لدى كبار السن".

- لاختبار هذا الفرض تم تكوين الجدول الثنائى التالى وحساب $كا^٢$ ومعامل التوافق:

جدول رقم (٩)

حجم التعرض للتليفزيون وعلاقته بتكوين صورة سلبية عن المراهقين

حجم التعرض / مستوى سلبية الصورة	منخفض	متوسط	مرتفع	المجموع
منخفض	٨ %١٤	٦ %٩,٤	٧ %٢٤,١	١٢ %١٤
متوسط	٢٣	١١ %١٧,٢	٧ %١٤,١	٤١ %٢٧,٣
مرتفع	٢٦	٤٧	١٥ %٥١,٨	٨٨ %٥٨,٧
المجموع	٥٧ %٣٨	٦٤ %٤٢,٧	٢٩	١٥٠ ١٠٠

كا٢ = ١٣,٤٣ التوافق = ٠,٢٩ بيرسون = ٠,٣٤ معنوية = ٠,٠٠٠

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن هناك علاقة إرتباطية بين حجم تعرض كبار السن للتليفزيون ومستوى سلبية صورة المراهقين لديهم. حيث إن قيمة كا٢ = ١٣,٤٣ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ولقياس شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق وكان = ٠,٢٩ أما معامل بيرسون فكان = ٠,٣٤ وهما دالان عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠).

ومن الجدول السابق نلاحظ وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين حجم تعرض كبار السن للتليفزيون وتكوين صورة سلبية عن المراهقين، فالأكثر تعرضاً من كبار السن أكثر تكويناً لصورة سلبية عن المراهقين.

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين الأكثر تعرضاً والأقل تعرضاً على متغير سلبية صورة المراهقين تم إجراء اختبار "ت" وهو ما يتضح نتائجه فى الجدول التالى:

جدول رقم (١٠)

نتائج اختبار "ت" لمعنوية الإختلاف بين كثيفى التعرض وقليليه على متغير سلبية صورة المراهقين

المجموعات	العدد	المتوسط	الإنحراف المعيارى	قيمة الإختلاف بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى المعنوية
قليلو التعرض	٥٧	٢٩,٥٣	٥,٨٥	٢,٤٤	١,٥٧	٠,٠٠٦
كثيفو التعرض	٢٩	٣١,٧٩	٨,٢٦			

ومن الجدول السابق نلاحظ أن هناك فروقاً ذات دلالة بين قليلى التعرض وكثيفى التعرض على متغير سلبية صورة المراهقين. وأن هذه الفروق لصالح كثيفى المشاهدة أى أن الأكثر تعرضاً من كبار السن للتليفزيون أكثر تكويناً لصورة سلبية عن المراهقين من قليلى التعرض، وأن هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، حيث إن قيمة ت = ١,٥٧ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ و (٠,٠٠٦).

على هذا يمكن لنا قبول الفرض القائل "توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين حجم التعرض للتليفزيون وتكوين صورة سلبية عن المراهقين لدى كبار السن".

اختبار الفرض الخامس: "تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة كبار السن لدى المراهقين بارتفاع مستوى تقدير الذات لديهم".

- لاختبار هذا الفرض تم أولاً حساب معامل إرتباط بيرسون بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة كبار السن لدى المراهقين وقد تبين أنه = ٠,٣٥ وذلك عند مستوى معنوية = ٠,٠٠٠.

وبحساب معامل الإرتباط المتعدد بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة كبار السن ومستوى تقدير الذات تبين أن شدة هذه العلاقة هى ٠,٢٧ وهى دالة عند مستوى معنوية = ٠,٠٠٨.

وبمقارنة شدة العلاقة الأصلية بين المتغيرين بشدة بعد دخول متغير تقدير الذات تبين لنا أن شدة العلاقة قد زادت بنسبة ٠,٠٢%.

على هذا نقبل الفرض القائل "تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة كبار السن لدى المراهقين بارتفاع مستوى تقدير الذات لديهم.

اختبار الفرض السادس: "تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة المراهقين لدى كبار السن بارتفاع مستوى تقدير الذات لديهم".

- لاختبار هذا الفرض تم أولاً حساب معامل ارتباط بيرسون بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة المراهقين لدى كبار السن وقد تبين أنه = ٠,٣٤ وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠
- وبحساب معامل الارتباط المتعدد بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة المراهقين ومستوى تقدير الذات، تبين أن شدة العلاقة ٠,٣٨، وهى دالة عند مستوى معنوية = ٠,٠٠٠
- وبمقارنة شدة العلاقة الأصلية بين المتغيرين بشدتها بعد دخول متغير تقدير الذات تبين لنا أن شدة العلاقة قد زادت بنسبة ٠,٠٤

على هذا نقبل الفرض السادس القائل "تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون وسلبية صورة المراهقين لدى كبار السن بارتفاع مستوى تقدير الذات لديهم".

اختبار الفرض السابع: "تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون وسلبية صورة كبار السن لدى المراهقين بارتفاع مستوى إدراك واقعية المضمون التليفزيونى".

- لاختبار هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين الأصليين وكانت شدته = ٠,٢٥ بمستوى معنوية = ٠,٠٠٠

- وبحساب معامل الارتباط المتعدد بين حجم التعـرض للتليفزيـون وسـلبية صورة كبار السن لدى المـراهقين ومسـتوى إدراك واقعيـة المضـمون التليفزيونى وتبين أن شدة هذه العلاقة = ٠,٢٨ بمستوى معنوية = ٠,٠٠٠
- وبمقارنة شدة العلاقة الأصلية بين المتغيرين بشدتها بعد دخول متغير إدراك واقعية المضمون التليفزيونى يتبين لنا أن شدة هذه العلاقة قد زادت بنسـبة ٠,٠٣ وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض السابع.

اختبار الفرض الثامن: "تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيـون وسـلبية صورة المراهقين لدى كبار السن بارتفـاع مسـتوى إدراك واقعية المضمون التليفزيونى".

- لاختبار هذا الفرض تم حساب معامل ارتبـاط بيرسـون بـين المتغيـرين الأصليين وكانت شدته = ٠,٣٤ بمستوى معنوية = ٠,٠٠٠
- وبحساب معامل الارتباط المتعدد بين حجم التعـرض للتليفزيـون وسـلبية صورة المراهقين لدى كبار السـن ومسـتوى إدراك واقعيـة المضـمون التليفزيونى، تبين أن شدة هذه العلاقة = ٠,٣٥ بمستوى منوية = ٠,٠٠٠
- وبمقارنة شدة العلاقة الأصلية بين المتغيرين بشدتها عنـد دخولهـا متغيـر إدراك واقعية المضمون التليفزيونى يتبين لنا أن شدة هذه العلاقة قـد زادت بنسبة ٠,٠١
- وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض الثامن.

تاسعاً: مناقشة نتائج الدراسة:

(١) تشير نتائج هذه الدراسة إلى إرتفاع معدل تعرض المراهقين للتليفزيون وهو ما يتفق مع الدراسات السابقة فى هذا المجال مثل دراسة أشرف عبـد المغيـث (١٩٩٨)[٥٨] وعادل فهمى البيومى (١٩٩٥)[٥٩] وحنـان عـزت (١٩٩٥)[٦٠] وخالد صلاح الدين (١٩٩٧)[٦١] وياسر أبو النصر (١٩٩٨)[٦٢] ووليد فتح الله (١٩٩٨)[٦٣] وسهير صالح (١٩٩٧)[٦٤] وحنان إسماعيل (١٩٩٦)[٦٥] وأمـل جابر صالح (١٩٩٦)[٦٦] وغيرها.

كما تشير نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل مشاهدة كبار السن للتليفزيون، وهو ما يتفق مع دراسات حسن عماد مكاوى (١٩٩٤)[٦٧] وديفدز Dayvis (١٩٧١)[٦٨] وروبين وروبين Rubin & Rubin (١٩٨١)[٦٩] وديفدز وويستبروك Davis & Weostbnrook (١٩٨٥)[٧٠] ودراسة Kubey (١٩٨٦)[٧١] ودراسة Korzenny & Neuendorf (١٩٨٠)[٧٢] وغيرها.

ويمكن تفسير ارتفاع معدل التعرض لدى كل من المراهقين وكبار السن فى ضوء الخصائص التى أوردها كالش Kalish لهاتين الفئتين العمريتين من حيث إتاحية وقت الفراغ واتساعه ومرورهما بمرحلة الاعتمادية، كما أن معظم كبار السن متقاعدون عن العمل، والمراهقون لم يتسلموا عملهم بعد[٧٣]، ولذا فإن التليفزيون يعتبر أحد البدائل الوظيفية المهمة لقضاء وقت الفراغ.

(٢) تشير نتائج هذه الدراسة إلى اختلاف مستوى دافعية تعرض المراهقين وكبار السن للتليفزيون، فمستوى دافعية المراهقين للتعرض أعلى من مستوى دافعية كبار السن للتعرض، كما تختلف دوافع تعرض المراهقين للتليفزيون عن دوافع تعرض كبار السن للتليفزيون، كما، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات السابقة فى هذا المجال إذ أشار Rubin (١٩٨٤)[٧٤] إلى اختلاف دوافع واشباعات الجمهور باختلاف السن فالمراهقون يتعرضون للتليفزيون بدوافع الحصول على المعلومة والتسلية واكتساب الصحبة، فى حين يهتم الكبار بالتعرض بهدف الحصول على المعلومات والتسلية والصحبة الإجتماعية والاسترخاء وأخيراً قضاء وقت الفراغ.

كما أشار Donohew وآخرون (١٩٨٧)[٧٥] إلى أن كبار السن يميلون إلى استخدام وسائل الإعلام بهدف الحصول على المعلومات. وعلى صعيد الدراسات العربية تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة أشرف عبد المغيث (١٩٩٨)[٧٦] والتى وجد فيها أن أهم دوافع كبار السن هى الحصول على المعلومات والترفيه فى حين أن أهم دوافع الأبناء هو الترفيه وقضاء وقت الفراغ.

(٣) تشير نتائج هذه الدراسة إلى اختلاف مستوى إدراك واقعية المضمون التليفزيونى لدى المراهقين وكبار السن، وأن المراهقين أكثر إدراكاً للواقعية من كبار السن سواء على المقياس ككل أو على كل بعد على حدة (النافذة السحرية- المنفعة - التوحد) وتتفق هذه النتيجة على التمييز بين الحقيقة وما يعرضه التليفزيون من خيال، ومع ما ذهب إليه Potter (١٩٨٦)[٧٧] و Potter (١٩٨٨)[٧٨] و Potter (١٩٩٢)[٧٩] إذ ذهب إلى أن إدراك الأفراد لواقعية التليفزيون يختلف باختلاف المرحلة العمرية، إذ عادة ما يكون قوياً فى مرحلة الطفولة، وعلى أنه وبمرور الزمن فإن هؤلاء تنمو لديهم القدرة نتيجة أزدياد الخبرة الحياتية المباشرة وغير المباشرة لهؤلاء الأفراد.

وقد ذهب Hawkins & Pinyree (١٩٨٠)[٨٠] إلى وجود خمسة محددات أساسية لعملية إدراك واقعية المضمون التليفزيونى وهى:

١ - قدرات التعامل مع البيانات وحدود البناء المعرفى.

٢- الإدراك النقدى للتليفزيون.

٣- الخبرة المباشرة.

٤- تأثيرات البناء الإجتماعى.

٥- المشاهدة الإنتقائية.

وهذه المحددات قد تتوافر لدى كبار السن أكبر من المراهقين.

(٤) تشير نتائج هذه الدراسة إلى إمكانية قبول الفرض الأول القائل "توجد علاقة إرتباطية عكسية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى تقدير الذات لدى المراهقين" وقد بنى هذا الفرض على نتائج بعض الدراسات السابقة فى هذا الموضوع إذ أشار أيمن منصور ندا (١٩٩٧)[٨١] إلى وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين حجم التعرض للتليفزيون والاغتراب لدى الشباب (انخفاض تقييم الذات أحد أبعاد الاغتراب) كما وجدت كل من Buerkel – Rothfuss & Mayes (١٩٨١)[٨٢] أن هناك علاقة ارتباطية عكسية بين التعرض

للمسلسلات النهارية Soab opera تقدير الذات لدى طلاب الجامعة. وذلك على أساس أن هذه المسلسلات عادة ما تعرض أبطالاً ذوى خصائص خاصة قدرات مميزة وسمات مفضلة.

وعندما يقارن المراهق. الذى يعتقد فى واقعية المضمون التليفزيونى بين إمكانياته الحقيقية التى تبدو له متواضعة وما يشاهده فى التليفزيون يدرك مدى ضعف إمكانياته وهو ما ينعكس تدريجياً على تقديره لذاته.

(٥) تشير نتائج هذه الدراسة إلى إمكانية قبول الفرض الثانى القائل "توجد علاقة إرتباطية عكسية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى تقدير الذات لدى كبار السن. وقد بنى هذا الفرض على نتائج الدراسات السابق ذكرها فى الفرض الأول وعلى نتائج بعض الدراسات مثل Norzeny & Neuendorf (١٩٨٠)[٨٣] والتى ذهبت إلى أن الأكثر مشاهدة للمضمون الخيالى فى التليفزيون من كبار السن هم الأكثر إدراكاً لصورة الكبار المقدمة فى التليفزيون باعتبارهم عوائق ومن ثم فهم الأكثر إنخفاضاً فى تقدير الذات، كما ذهبت إلى أن الأكثر مشاهدة للمضمون الواقعى فى التليفزيون من كبار السن هم الأكثر إدراكاً لصورهم على أنهم أداة للضحك والتسلية ومن ثم فهم أيضاً الأكثر إنخفاضاً فى تقدير الذات.

(٦) تشير نتائج هذه الدراسة إلى إمكانية قبول الفرضين الثالث والرابع والذين يشيران إلى وجود علاقة إرتباطية بين حجم تعرض كلٍ من المراهقين وكبار السن للتليفزيون وتكوين صور سلبية متبادلة بينهما. وقد بنى هذا الفرض على نتائج بعض دراسات الغرس مثل دراسة Gerbner et al (١٩٨٠)[٨٤] لتحليل الصورة المقدمة فى التليفزيون لكبار السن حيث وجدوا أن هناك علاقة إرتباطية إيجابية بين حجم التعرض للدراما التليفزيونية وإدراك الشباب لكبار السن كفئة غير مرغوب فيها ولا دور لها، وعلى أنهم كسالى وضعفاء ويمثلون عائقاً فى طريق تطور المجتمع، وكذلك بعض دراسات الغرس التى تذهب إلى أن "صورة العالم والمجمع كما هى مقدمة فى البرامج التليفزيونية تتعارض مع ما يحدث فى الواقع الفعلى". ولما كان "التعرض المكثف لأى صورة مشوهة للواقع الحقيقى[٨٥] بصورة منتظمة ينتج عنه إدراك مشوه

للواقع، فإن النتيجة المتوقعة لتعرض الأفراد للتليفزيون هو تكـــوينهم صـــورة خاطئة عن عالمهم الحقيقى وهو ما يحدث بالنسبة للصورة المشوهة عن كبار السن فى التليفزيون وبخاصة المسلسلات والمراهقين لاسيما فى المسلســـلات الإجتماعية.

(٧) تشير نتائج هذه الدراسة إلى إمكانية قبول الفرضين الخامس والسادس الـــذين يشيران إلى أن شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيـــون وســـلبية الصـــور المتبادلة بين المراهقين وكبار السن تزداد بارتفاع مستوى تقدير الذات لدى كل فئة. وقد بنى هذا الفرض على أساس أن المراهقين ذوى تقدير الذات المرتفع والذين لديهم إتجاهات إيجابية قوية عندما يشاهدون صورة كبار السن المشوهة فى التليفزيون فسوف تزيد سلبية الصورة نتيجة اعتقادهم فى تفوقهم من ناحية وفى وضاعة كبار السن كما يتم تقديمهم من ناحية أخرى. والعملية ذاتها تصح على كبار السن.

(٨) تشير نتائج هذه الدراسة إلى إمكانية قبول الفرضين السابع والثـــامن واللـــذين يشيران إلى أن شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيـــون وســـلبية الصـــور المتبادلة بين المراهقين وكبار السن تزداد بارتفـــاع مســـتوى إدراك واقعيـــة المضمون التليفزيون. وقد بنى هذا الفرض علىنتائج بعض الدراسات السابقة إذ ذهب أيمن منصور ندا (١٩٩٧)[٨٦] إلى أن "النظـــر إلىمضـــمون المـــواد التليفزيونية علىأنه شئ خيالى لا يمثل واقعاً فعلياً أو يعرض عالماً حقيقياً يقلل من مصداقية هذه المضمون (وبالتالى يقلل من تأثيره) ويقلل من درجة الإنبهار به والإنجذاب إليه.. ومن ثم فإن الأمر فى إجماله قد لا يتعدى مجرد التسلية أو الترفيه بأشياء يتم النظر إليها باعتبارها خيالية.

معنى هذا أن إدراك واقعية المضمون يزيد من تأثيره، وبالتالى فإن الصـــور المتبادلة تزيد شدتها وقوتها على ما أوضحت الدراسة.

خاتمة الدراسة:

حاولت هذه الدراسة اختبار العلاقة بين تعرض كل من المـــراهقين وكبـــار السن للتليفزيون ومستوى تقديرهم لذواتهم وعلى تشكيل الصور المتبادلة بينهمـــا.

وذلك من خلال إجراء دراسة مسحية على ٣٠٠ مفردة موزعين بالتساوى على الفئتين (١٥٠ مراهق - ١٥٠ مسن) وقد انطلقت الدراسة من فروض نظرية الغرس الإمبيريقية ومنطلقاتها النظرية، وقد انتهت الدراسة إلى عدة نتائج منها:-

١- توجد غلاقة ارتباطية عكسية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى تقدير الذات لدى المراهقين.

٢- توجد علاقة ارتباطية عكسية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى تقدير الذات لدى كبار السن.

٣- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة كبار السن لدى المراهقين.

٤- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة المراهقين لدى كبار السن.

٥- تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة كبار السن لدى المراهقين بارتفاع مستوى تقدير الذات لديهم.

٦- تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة المراهقين لدى كبار السن بارتفاع مستوى تقدير الذات لديهم.

٧- تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة كبار السن لدى المراهقين بارتفاع مستوى إدراك واقعية المضمون التليفزيونى.

٨- تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى سلبية صورة المراهقين لدى كبار السن بارتفاع مستوى إدراك واقعية المضمون التليفزيونى.

مراجع الدراسة:

١- يوسف عبد الفتاح (١٩٩٠): العلاقة بين الرعاية الوالدية كما يدركها الأبناء ومفهوم الذات لديهم دراسة عاملية مقارنة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مجلة علم النفس، العدد الثالث عشر، السنة الرابعة، ص١٤٦.

٢- مديحة محمد العزبى (١٩٨٩): التعصب الجيلى: دراسة للاتجاهات المتبادلة بين أفراد الأسرة والمسنين، بحوث المؤتمر الخامس لعلم النفس فى مصر – الجمعية المصرية للدراسات النفسية بالإشتراك مع كلية التربية – جامعة طنطا، ص١٩٦.

3- Turner, J.S. Helms, D.B. (1979) : **Life Span Development**, Holt. Sawders International Editions, P.450.

٤- مديحة محمد العزبى (١٩٨٩): مرجع سابق، ص١٩٩.

5- Rosenberg, M, (1972) : Which Significant others? **American Behavior Scientist**, Vol. 16 No.6. P.838.

6- McQuail. D. & Windahl. S. (1993): **Communication Models For the Study of Mass Communication**, London, Longman, 2nd edn. p.98.

7- Wenner, J, Severin & Janny, W. Tankard (1982): **Communication Theory**, California, Wodsworth Publishing Company, P.260.

8- Gerbner, G. & Gross, L. (1976) : Living with Television: The violence profile. **Journal of Communication** Vol. 26, No.2 P.176.

9- Signorelli, N. & Morgan, M. (eds) (1990) : **Cultivation Analysis, New Direction in Media effects Research**, California, Sage Publications pp. 25-26.

١٠- عادل فهمى البيومى (١٩٩٥): دور التليفزيون المصرى فى تكوين الوعى الاجتماعى ضد الجريمة، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ص٦.

11- McQuail. D. (1983) : **Mass communication Theory: An introduction**, London, Sage publication, p.283.

12- Gerbner, G. (1990) : "Epilogue: Advancing on the path of Righteousness" in signorielli, N. & Morgan M. (eds) **cultivation**

Analysis: New Direction of Media effects Research. London, Sage Publications. p.254-61.

13- Bryant, J, Carveth & Brown, D. (1981) : Television Viewing and Anxiety: An Experiment examination **Journal of Communication**, Vol.31. No.2. p.107.

14- Signorielli, N. (1990) : "Television's Mean and Dangerous World; A Continuation of the cultural Indicators perspective", Signorielli, N. & Morgan. M. (eds) **Op. Cit**. pp.85-105.

١٥- حسن عماد مكاوى (١٩٩٣): تحليل الإنماء؛ مفهومه ومنهجه وتطبيقاته وقضاياه الحالية، القاهرة، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، مجلة بحوث الاتصال، العدد العاشر، ص١٢.

16- Dominick. J. (1990) : **The Dynamics of Mass Communication**, McGrow Hill Inc 3rd. edn. p.513.

17- Morgan. M. (1986) : Television and the Erosion of Regional Diversity, **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, Vol.30, N.2 P.126.

18- Gerbner. G. (1990) : **Op. Cit**. p. 261.

19- Slater. D. & Ellioh, W, (1982) : Television Influence on Social Reality, **Quarterly Journal of Speech**, vol.68, Feb., p.70.

20- Gerbner, G. et al (1980) : The Mainstreaming of America violence profile No. 11, **Journal of Communication**, Vol.30. N.3, p.15.

21- Potler, J. (1986) : perceived Reality and the cultivation Hypothesis, **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, Vol.30, N.2. pp.159-174.

22- Slater, D. & Elliott, W. (1982) : **Op. Cit**.

23. McQuail, D. & Windahl. S. (1981) : **Op. Cit**. pp.81-83.

24- Carveth. R. & Alexander, A. (1985) : Soap Opera Viewing Motivation and the Cultivation process. **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, vol.29, N.3 pp. 259-273.

٢٥- أشرف أحمد عبد المغيث(١٩٩٨): العلاقة المتبادلة بين التعرض المشترك لوسائل الإعلام والعلاقات الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ص ص١٨٧-٢٠٠.

٢٦- حنان عزت أحمد (١٩٩٥): تأثير المسلسلات الأمريكية الاجتماعية على إدراك طلاب المدارس الثانوية للعلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ص١٥٧.

٢٧- عادل فهمي البيومي (١٩٩٥): مرجع سابق، ص ص١٧٣-١٧٤.

28-Korzenny, F. & Neuendor F, K. (1980): Television Viewing and Self - Respect of the Elderly, **Journal of Communication**, Vol. 30 Winter pp.70-80.

29- Davis, R. et al (1976) : Assessing Television Viewing Behavior of Older Adults, **Journal of Broadcasting** Vo1.20, No.1, Winter P.70.

30-Davis, Richard, & Westbrook, J. (1985) : Television in the lives of the Elderly: Attitudes and Opinions, **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, Vo1.29 N.2 pp.209-214.

31- **Ibid**.

32- **Ibid**.

٣٣- حسن عماد مكاوى (١٩٩٤): التليفزيون فى حياة كبار السن: دراسة مسحية لعينة من سكان القاهرة، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مجلة بحوث الاتصال، العدد الحادى عشر، ص ص٣٣-٦٦.

34- Tan, A. & Tan, G. (1979): Television use and Self Esteem of Blacks, **Journal of Communication** Vol. 29, N.1 pp.129-135. .

35- Gerbner, G. et al (1980) : Aging with Television: Images on Television Drama and Conceptions of Social Reality, **Journal of Communication** Vol.30 No.1 pp.37-47.

36- Buerkel Rothfuss & Mayes, S. (1981): Soap Opera Viewing: The cultivation Effect. **Journal of Communication** Vol.31 No.3 pp. 108-110.

37- Korzenny, F. & Neuendorf, K. (1980): **Op. Cit**.

38–Tuckman, J, & Lorge, I., (1952): The Best Years of Life; A study in Ranking, **Journal of Psychology** Vo1.34, pp.137-149.

39- Kogan, N. (1961) : Attitudes Toward Old People: The Development of a Scale and Examination of Correlates. **Journal of Abnormal and Social Psychology**, vol.62. pp.44-54.

40- Palmore, E. (1977) : Facts on Aging: Ashort Quiz, **Gerontologist**, vol.17. pp.315-20.

٤١- حسن عماد مكاوى (١٩٩٤): مرجع سابق.

٤٢- انشراح محمد دسوقى (١٩٩١): التحصيل الدراسى وعلاقته بكلٍ من مفهوم الذات والتوافق النفسى دراسة مقارنة، القاهرة، مجلة علم النفس، العدد ٢٠ ص٦٥.

٤٣- عبد الرحمن سليمان (١٩٩٢): بناء مقياس تقدير الذات لدى عينة من أطفال المرحلة الإبتدائية بدولة قطر دراسة سيكومترية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب مجلة علم النفس، العدد الرابع والعشرون، السنة السادسة، ص٨٨.

44- Rosenberg, M. (1979): **Conceiving the Self**. New York, Basic Books, p.54.

٤٥- محمود عطا ( ): تقدير الذات وعلاقته بالوحدة النفسية والاكتئاب لدى طلاب الجامعة.

٤٦- ثريا أحمد البدوى (١٩٩٥): دور الإتصال فى تكوين الصورة الذهنية لدى الشعب المصرى عن الأوربيين، دراسة ميدانية على عينة من جمهور الشعب المصرى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام – قسم العلاقات العامة والإعلان، ص ص٨٣-٨٤.

٤٧- أشرف أحمد عبد المغيث (١٩٩٣): دور الإعلام فى تكوين الصورة الذهنية للعالم الثالث لدى الشباب المصرى، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام – قسم الإذاعة، ص ص٥٨-٦١.

٤٨- على عجوة (١٩٨٣): العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة، عالم الكتب، ص١٢٩.

٤٩- آمال صادق، فؤاد أبو حطب، (١٩٩٠): نمو الإنسان من مرحلة الجنين إلى مرحلة المسنين، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ص٣٢.

51- Atchley, Robert, (1988) **Social Forces and Aging**, California: Wods Worth Publishing Company, p.62.

٥٢- سعد جلال (١٩٨٥) الطفولة والمراهقة، القاهرة، دار الفكر العربى، ط٢. ص٢٣٧-٢٣٨.

٥٣- مصطفى فهمى (ب-ت) فى علم النفس، سيكولوجية الطفولة والمراهقة، القاهرة، مكتبة مصر، ص١٦٣.

٥٤- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء (١٩٩٧): التعداد العام / كتاب الاحصاء السنوى.

٥٥- المحكمون هم: أ.د. حسن عماد مكاوى الأستاذ بكلية الإعلام – جامعة القاهرة
أ.د. سامى الشريف الأستاذ بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.
د. خالد عبد الجواد مدرس بكلية الآداب – جامعة الزقازيق.
د. كمال قابيل مدرس بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

56- Potter, J. (1992) : How Do Adolescents perceptions of Television Reality Change over Time? **Journalism Quarterly**, Vol. 64, N.2 pp. 302-405.

57- Robinson, J. & Shaver, P. (1973) : **Measures of Social Psychological Attitutes**, Survey Research Center, Institute for Social Research. Michagan, pp. 79-80.

٥٨- أشرف عبد المغيث (١٩٩٨)، مرجع سابق.

٥٩- عادل فهمى البيومى (١٩٩٥)، مرجع سابق.

٦٠- حنان أحمد عزت (١٩٩٥)، مرجع سابق.

٦١- خالد صلاح الدين حسن (١٩٩٧)، دور التليفزيون والصحافة فى توجيه وترتيب إهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة فى مصر، دراسة تحليلية – ميدانية- رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام – قسم الإذاعة، ص٢٦٦.

٦٢- ياسر عبد اللطيف أبو النصر (١٩٩٨) التعرض للدراما التى يقدمها التليفزيون ومستوى التطلعات لدى الشباب المصرى، رسالة ماجدستير غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ص٧٦.

٦٣- وليد فتح الله بركات (١٩٩٨) برامج الشباب فى التليفزيون المصرى ودورها فى معالجة مشكلات الشباب، ودراسة ميدانية فى الحضر والريف جامعة الزقازيق، مجلة كلية الآداب، العدد الثانى والعشرين، أكتوبر ص ص٥٦٧-٦١١.

٦٤- سهير صالح إبراهيم (١٩٩٧) تأثير الأفلام المقدمة فى التليفزيون على إتجاه الشباب المصرى نحو العنف، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة ص ص٩١-٩٨.

٦٥- حنان إسماعيل يوسف (١٩٩٦) دور المادة الإخبارية التليفزيونية فى تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة ص١٤٨.

٦٦- أمل جابر صالح (١٩٩٦) دور الصحف والتليفزيون فى إعداد الجمهور المصرى المعلومات عن الأحداث الخارجية (فى إطار نظرية فجوة المعرفة)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام – قسم الإذاعة، ص١٥٤.

٧٦- حسن عماد مكاوى (١٩٩٤)، مرجع سابق.

68- Davis. R.N. (1971) Television and The Older Adults. **Journal of Broadcasting.** Vol15, pp. 153 - 159.

69- Rubin. A. & Rabin. R. (1981) Age, Context and Television us. **Journal of Broadcasting and Electronic Media** Vol 26. pp 537 - 551.

70- Davis. R. & Westbrook, G. (1985) **op, cit.**

71- Kubey. R.W. (1986) Television use in The everyday life, j coping With unstructured Time. **Journal of communication** summer. pp. 108 - 123.

72- Korzenny, F, & Neucndor, K. (1980) **op, cit.**

73- Turner. J.S. Helms, D.B. (1979) **op, cit.**

74- Rubin, A.j (1984) Ritualized and lnstrumentel Television Viewing, **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, Vol 39, pp.67 - 77.

٧٥- أمانى فهمى (١٩٩٧) دوافع إستخدام المرأة المصرية لقنوات التليفزيون الدولية وإشباعاتها، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثانى ابريل – يونيو، ص١٣٥.

٧٦- أشرف عبد المغيث (١٩٩٨)، مرجع سابق، ص٢٠٠.

77- Potter, S. (1986) op. cit.

78- Potter. J. (1988) Perceived Reality in Television Ehects Research. **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, Vol 32, pp 23 - 91.

79- Potter, S. (1992) **op, cit.**

80- Haw, Kins, R. & Pingree, S. (1980) some perceptions of the cultivation Effect. **Communication Research**, Vol 7 pp 193 - 226.

٨١- أيمن منصور ندا (١٩٩٧) العلاقة بين التعرض للمواد التليفزيونية الأجنبية والإغتراب الثقافى لدى الشباب الجامعى المصرى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام – قسم الإذاعة، ص١٦٧.

82- Buerkel Roth fuss & Mayes, S (1981) **op. cit.**

83- Korzenny, F., & Neuendor, K. (1980) **op, cit.**

84- Gerbner, G., et al (1980) **op. cit.**

٨٥- أيمن منصور ندا (١٩٩٧)، مرجع سابق.

٨٦- المرجع السابق نفسه.

الفصل السادس

التعرض للتليفزيون وعلاقته بتشكيل صورة الجسم لدى الإناث

الفصل السادس

التعرض للتليفزيون وعلاقته بتشكيل صورة الجسم Body Image لدى الإناث

المقدمة:

يعد مفهوم "الذات" Self Concept من أقدم المفاهيم المستخدمة في العلوم الاجتماعية والإنسانية، وأكثرها غزارة من حيث الإنتاج العلمي المتعلق بها بشكل كلي والمتصل بأحد أبعاده وجوانبه. ويكاد يتفق الباحثون في كافة المجالات البحثية المتصلة به علي أنه يلعب دوراً مؤثراً في السلوك الإنساني، حيث تبدأ منه معظم سلوكياتنا البشرية وتنتهي إليه.[1]

ويشير مفهوم "الذات" بصفة عامة إلي "تصورات ومشاعر ومعارف الفرد التي يتبناها عن ذاته" وهي كذلك " المفهوم الشخصي عن النفس Personal Conception" وهي أيضاً "الهدف goal والغاية النهائية End Point التي يسعى الفرد إليها".[2]

وإذا كان لمفهوم "الذات"، كمصطلح ومفهوم، هذه الأهمية، فإن أبعادها أيضاً قد اكتسبت أهمية بحثية ومجتمعية، ومن أهم هذه الأبعاد: صورة الذات Self Image وهي تعكس الطريقة التي يصف بها الفرد نفسه في الواقع سواء أكان الشخص متقبلا لذاته أو غير متقبل لها، وتعتبر صورة الجسم Body Image إحدى المكونات الأساسية لهذه الصورة.[3]

ويشير كثير من الباحثين إلي أن مفهوم الفرد وإدراكه لصورة جسمه ومدى قبوله أو رفضه لها يشكل عاملاً أساسياً في تحديد سلوكه وتصرفاته، حيث أن عدم الرضا عن صورة الجسم يعد مصدراً لانخفاض مفهوم الفرد لذاته وسوء تقديره لها Low Self Esteem وما يترتب علي ذلك من آثار نفسية واجتماعية، فالشخص الذي يدرك نفسه علي أنه قصير القامة أو أنه ذو سمنة مفرطة يميل إلي العزلة والانزواء، وقد يعاني من الخجل من الآخرين، وفي المقابل فإن الرضا عن الجسم يرتبط بالشعور بالسعادة والاطمئنان و بالدافعية للإنجاز، ولذلك فإن معظم الأشخاص يحرصون أشد الحرص علي أن تكون صورتهم حسنة عن أنفسهم، ويكافحون بشدة المواقف التي تحمل تهديداً لصورتهم.[4]

وقد ذهب كثير من الباحثين المهتمين بموضوع صورة الجسم Body Image Researchers، نظرياً، إلي أن لوسائل الإعلام دوراً كبيراً في بناء وتشكيل صورة الجسم، وأن هذا الدور سلبي في مجمله، حيث لم تعكس وسائل الإعلام ولم تبرز في مضامينها صورة الجسم المألوفة والعادية ولكنها روجت لنمط واحد فقط من صورة الجسم وركزت عليه باعتباره شكل الجسم المثالي Ideal Body وهو الجسم النحيف Thin، وتم الربط بين فكرتي النحافة والجاذبية Attractiveness، وبين النحافة والنجاح الاجتماعي Social Success لدى السيدات.(٤)

غير أن الدراسات الإمبيريقية التي تم إجراؤها لقياس التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام في هذا الصدد لم تكن مؤيدة علي طول الخط لهذه الفكرة، فقد أثبتتها بعض الدراسات (علي ما سيلي عرضه) ونفتها بعض الدراسات الأخرى، وعلقت بعض الدراسات الحكم لحين قياس متغيرات أخرى وسيطة.

وعلي الرغم من الزخم النظري والإمبيريقي المتعلق بعلاقة وسائل الإعلام بتشكيل صورة الجسم لدى المشاهدين، خاصة لدى السيدات، فإن هناك نقصاً في المكتبة البحثية العربية في هذا الموضوع وهو ما تحاول هذه الدراسة أن تبدأ فيه الخطوة الأولى.

تحديد المشكلة البحثية:

في ضوء الأهمية التي يوليها الباحثون لمفهوم صورة الجسم لدى الإنسان نظراً لتحكمها وتأثيرها في كثير من اتجاهات وسلوكيات الأفراد.

وفي ضوء تضارب النتائج البحثية الغربية المتعلقة بتحديد دور وسائل الإعلام في تشكيل وبناء هذه الصور وفي تحديد اتجاهها (سلبية / إيجابية).

وفي ضوء عدم وجود دراسات عربية متعلقة بهذا الموضوع.

في ضوء ذلك كله تتبلور مشكلة الدراسة وتتحدد أهدافها في تحديد دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة الجسم لدى الإناث، وفي رصد العوامل والمتغيرات المحددة لهذا الدور والمؤثرة عليه، إضافة إلي قياس صورة الجسم لدى عينة من الإناث في مصر وقطر، وقوفاً علي أوجه التشابه والاختلاف بين البلدين العربيين.

أهداف الدراسة:

تتحدد أهداف الدراسة فيما يلي:

١. قياس مدركات الإناث ومعتقداتهن في مصر وقطر عن مواصفات صورة الجسم الجميل.
٢. قياس مدركات الإناث ومعتقداتهن في مصر وقطر عن أجسامهن (صورة الجسم).
٣. قياس العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض للتليفزيون بصفة كلية ولأغاني الفيديو كليب بصفة جزئية علي مدركات الإناث ومعتقداتهن عن كل من "صورة الجسم الجميل" و "صورة أجسامهن".
٤. المقارنة بين الإناث في مصر وقطر علي كافة متغيرات الدراسة، ورصد أهم أوجه التشابه والاختلاف، والاتفاق وعدم الاتفاق بينهما.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة مما يلي:

١. أنها الدراسة الأولى عربياً (في حدود ما اطلعت عليه الباحثة) التي تحاول اختبار العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وصورة الجسم لدى الإناث، وهي بهذا تسد فراغاً بحثياً في هذا المجال.
٢. أن الدراسة تستخدم، علي عكس كثير من الدراسات العربية، مدخلاً نظرياً تكاملياً يعتمد علي ثلاث نظريات في شرح وتفسير موضوع الدراسة، وهذه النظريات هي: نظرية الغرس الثقافي، نظرية التعلم الاجتماعي، ونظرية المقارنة الاجتماعية.
٣. أن الدراسة تعتمد علي تكامل المناهج في دراسة الظاهرة البحثية، ومن ثم تستخدم منهجي المسح والمقارنة.
٤. أن الدراسة تستخدم وتقدم عدة مقاييس بحثية جديدة تتعلق ب"إدراك الجمال واستبطان فكرة النحافة" و" الرضا عن صورة الجسم" وهو ما يسهل من مهمة الباحثين التاليين، ومن مهمة الدراسات اللاحقة.

ويمكن بصفة عامة عرض مخرجات الدراسة علي النحو التالي:

أولاً: مفهوم الذات وصورة الجسم.

ثانيـــاً: الإطار النظري التكاملي للدراسة

ثالثـــاً: الدراسات السابقة.

رابعـــاً: الإطار المنهجي للدراسة.

خامساً: نتائج الدراسة واختبار الفروض.

سادساً: مناقشة نتائج الدراسة.

أولاً: مفهوم الذات وصورة الجسم:

- **مفهوم الذات: Self Concept**

تعددت التعريفات التي قدمها الباحثون لمفهوم الـذات، واختلفـت الجوانـب والأبعاد التي تم التركيز عليها في هذه التعريفات، حيث يعرفه عماد الدين إسماعيل (١٩٨٦) علي أنه "المفهوم الذي يكونه الفرد عن نفسه باعتباره كائنـاً بيولوجيـاً اجتماعياً، أي باعتباره مصدراً للتأثير والتأثر بالنسبة للآخر"، أو بعبارات سـلوكية فإن مفهوم الذات هو ذلك التنظيم الإدراكي الانفعالي الذي يتضمن استجابات الفرد نحو نفسه ككل، كما يظهر ذلك في التقرير اللفظي الذي يحمل صفة ما من الصفات علي ضمير المتكلم، كأن يقول مثلاً "أنا ناجح" أو "أشعر بأنني غير راضـي عـن نفسي" أو ما إلي ذلك.

ويشمل التعريف الأخير ثلاثة أبعاد لمفهوم الذات وهي:

أ. مفهوم الذات الواقعية: وتشمل تقدير الشخص لصفاته الشخصية كما يراها في الواقع، أو كما هي عليه في الواقع.

ب. مفهوم الذات المثالية: أي تقدير الشخص لنفس الصفات مـن حيـث درجـة توفرها في ذاته كما يجب أن تكون عليه.

ج. مفهوم الشخص العادي: وتتضمن تقدير الشخص لنفس الصفات مـن حيـث درجة توفرها في الشخص العادي.[٦]

- ويعرفه صفوت فرج (١٩٩١) علي أنه "بمثابة عملية فينومونولوجية، يدرك الفرد بواسطتها خصائصه الشخصية مستجيباً لها سواء في صورة انفعالية أو في صورة سلوكية.

وعلي ذلك فإن تقدير الذات عبارة عن تقييم من الفرد لذاته في سعي منه نحو التمسك بهذا التقييم بما يتضمنه من ايجابيات تدعوه لاحترام ذاتــه، مقارنـــاً نفســه بالآخرين، وبما يتضمنه هذا التقييم أيضاً من سلبيات لا تقلل من شأنه بين الآخرين في الوقت الذي يسعى فيه للتخلص منها.(٧)

- ويرى "جروس" Gross أن مفهوم الذات مصطلح عام ينطوي علي ثلاثـــة مكونات رئيسية، وهي:

أ. صورة الذات Self- image

أو ما يعبر عنها أيضاً "بهوية الأنا" ego-identity ، وتعكس الطريقة التـــي يصف بها الفرد نفسه في الواقع سواء أكان الشخص متقبلاً لذاته أو غير متقبل لها، ويتم تقديرها غالباً بتصنيف وتحليل إجابات المبحوثين علي السؤال " مـــن أنـــا ؟"، وتتوزع هذه الإجابات في فئتين: تشمل الأولى: الأدوار الاجتماعية social roles ، والتي تستوعب الجوانب الموضوعية التي يمكن التحقق منها بالرجوع إلي الآخرين (مثل إشارة الفرد إلي نوعه وعمره ، وعمله ، وترتيب ميلاده بين أخوته).

وتشمل الفئة الثانية: سمات الشخصية personality traits، وتحتمـــل هـــذه الفئة الخلاف بين تقدير الشخص لذاته وتقدير الآخرين لها، فقد يحكم الشخص علي نفسه بأنه ودود ويراه الآخرون عكس ذلك.

ب. تقدير الذات self-esteem أو اعتبار الذات self- regard

بينما تشير "صورة الذات" إلي جانب معرفي وصفي descriptive بحت، فإن تقدير الذات يمثل جانب التقويم evaluative، حيث يعني الأخير مدى ما نشعر به من حب وتقبل وتحبيذ لأنفسنا، أو حسب تعريف كوبر ســميث Cooper Smith الحكم الشخصي علي ما نستحقه من جدارة worthiness ، كما يبدو من الاتجاهات التي يتبناها الشخص نحو نفسه ، ويتحدد تقدير الذات جزئياً من خلال المفارقة بين صورة الذات والذات المثالية ، التي تشكل المكون الثالث لمفهوم الذات.

ج. الذات المثالية **ideal-self** أو الأنا المثالي **Ego ideal**:

ويشار إليها كذلك بتعبير صورة الذات المثالية idealized self - image ، و تعبر عن صورة الذات التي نأملها لأنفسنا ، وبوجه عام كلما اتسع الفرق بين صورة الذات ومفهوم الذات المثالي انخفض تقدير الشخص لذاته حسب افتراض "كارل روجر" في نظريته عن الذات[٨].

- ويرى حامد زهران (١٩٩٥) مفهوم الذات علي أنه " تكوين معرفي منظم موحد ومتعلم للمدركات الشعورية والتصورات والتعميمات الخاصة بالذات، يبلوره الفرد ويعتبره تعريفاً نفسياً لذاته"، ويتكون مفهوم الذات من أفكار الفرد الذاتية المنسقة المحددة الأبعاد عن العناصر المختلفة لكينونته الداخلية والخارجية، وتشمل هذه العناصر المدركات والتصورات التي تحدد خصائص الذات كما تظهر إجرائياً في وصف الفرد لذاته كما يتصورها هو " الذات المدركة " perceived self ، والمدركات والتصورات التي تحدد الصورة التي يعتقد أن الآخرين يتصورونها ، والتي يتمثلها الفرد من خلال التفاعل الاجتماعي مع الآخرين "الذات الاجتماعية" social self، والمدركات والتصورات التي تحدد الصورة التي يود أن يكون عليها " الذات المثالية " ideal self[٩]

- **صورة الجسم**: **Body image**

توجد تعريفات متعددة قدمها الباحثون لمفهوم صورة الجسم، حيث عرفها إبراهيم دسوقي (١٩٩٠) علي أنها "الصورة أو التصور العقلي الذي لدى المرء عن جسمه الخاص أثناء الراحة، أو الحركة، أو في أية لحظة. وهي مستمدة من الاحساسات الباطنة، وتغيرات الهيئة، والاحتكاك بالأشخاص، والأشياء في الخارج، والخبرات الانفعالية، والخيالات".[١٠]

وعرفها جابر عبد الحميد وعلاء كفافي علي أنها " صورة ذهنية نكونها عن أجسامنا ككل بما فيها الخصائص الفيزيقية، والخصائص الوظيفية (إدراك الجسم) واتجاهاتنا نحو هذه الخصائص (مفهوم الجسم)، وأن هذه الصورة للجسم تنبع لدينا من مصادر شعورية ومصادر لا شعورية وتمثل مكوناً أساسياً في مفهومنا عن ذواتنا".[١١]

وعرفتها زينب شقير (١٩٩٨) علي أنها " صورة ذهنية (عقلية) يكونها الفرد عن جسمه سواء في مظهره الخارجي أو في مكوناته الداخلية وأعضائه المختلفة، وقدرته علي توظيف هذه الأعضاء وما قد يصاحب ذلك من مشاعر (أو اتجاهات) موجبة وسالبة عن تلك الصور الذهنية للجسم".[١٢]

وبالنسبة للتعريفات الأجنبية فقد ذهب Hutchison (١٩٨٢) إلي أن صورة الجسم تشير إلي " خبرة ذاتية منظمة وصورة ذهنية متعددة المكونات للجسم تحتوى علي أحاسيس ومشاعر واتجاهات نحو الجسم"، وأشار إلي أن الرضا أو عدم الرضا عن هذه الصورة الذهنية ينتج عن التقييم الذهني لها أثناء عملية الترجمة أو التحويل.[١٣]

- كما عرف Birtchanell (١٩٨٧) صورة الجسم بأنها الصورة أو التصور العقلي لدى المرء عن جسمه الخاص، وهي مستمدة من الاحساسات الداخلية الباطنة، والاحتكاك بالأشخاص والأشياء الخارجية والخبرات الانفعالية والخيالات.[١٤]
- وعرفها Cash & Brown (١٩٨٩) بأنها " صورة ذهنية نكونها عن أجسامنا ككل، بما فيها الخصائص الوظيفية (إدراك الجسم) واتجاهاتنا نحو هذه الخصائص، وتتبع هذه الصورة من مصادر شعورية ومصادر غير شعورية، وتمثل مكوناً أساسياً في مفهومنا عن ذواتنا.[١٥]
- وعرفها Cash & Hicks (١٩٩٠) بأنها " صورة ذهنية (عقلية) يكونها الفرد عن جسمه سواء في مظهره الخارجي أو مكوناته الداخلية وأعضائه المختلفة، وما قد يصاحب ذلك من مشاعر واتجاهات موجبة أو سالبة عن تلك الصورة الذهنية للجسم.[١٦]

ثانياً : الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة علي عدة نظريات و مداخل نظرية في تفسير و شرح وتحديد منطلقات الدراسة و يمكن الإشارة إليها علي النحو التالي:

١. نظرية التعلم الاجتماعي Social Learning Theory

تعد نظرية التعلم الاجتماعي من أهم النظريات في مجال تأثيرات وسائل الإعلام، وقد جاءت هذه النظرية كرد فعل علي النظرية السلوكية التي تقوم علي

التبسيط الشديد للسلوك (المنبه – الاستجابة) والتي تجاهلت أهمية الوعي والعمليات الأخرى التي تتداخل في هذا الإطار.(١٧) وتكتسب هذه النظرية أهميتها في مجـال الدراسات الإعلامية انطلاقا من اهتمامها بالمتلقي ودوره النشط في اكتساب المعاني وتأثير هذا في ردود الأفعال السلوكية، أي أن هذه النظرية تركز علي النشـاطات المعرفية لدى المشاهدين عند تعرضهم للرسائل الإعلاميـة والعمليـات التقيميـة والتفسيرية وتأثيراتها علي نتائج المشاهدة.(١٨)

وتشير هذه النظرية إلي التفاعل بين الرسالة الإعلامية، الإدراك ، والأهداف والخطط المستقبلية، وهو ما يشير إليه منظرو هذه النظرية علـي أنـه "النمـوذج السببي ذو التأثيرات الثلاثيـة المتبادلـة Triadic Reciprocal Causation .. ووفقـاً لهذه النظرية فإن عـوامل السـلوك والإدراك والعوامـل الشخصـية الأخرى، بالإضافة إلي الأحداث البيئية تمثل في مجموعهـا المحـددات المتفاعلـة interacting determinants والتي تؤثر إحداهما في الأخرى بطريقـة ثنائيـة الاتجاه(١٩).

ومن المحددات التي تشير إليها هذه النظرية:

- الأفراد لديهم القدرة علي تحويل خبراتهم إلي نماذج إدراكية مجـردة توجـه سلوكهم فيما بعد.
- المقاييس الذاتية تضع الأهداف، والأفراد يسعون إلي تحقيقها.
- يتضمن النشاط الإدراكي إجراء المقارنات بـين أفكـار الأفـراد والمعـايير الاجتماعية.
- تلعب وسائل الإعلام دوراً رئيسياً في العمليات الإدراكية.

ويشير منظرو هذه النظرية إلي أن هناك عاملان رئيسيان يحددان للفرد مدى قدرته (قابليته) للقيام بسلوك معين:

الأول: معتقدات الفرد حول نتائج هذا السلوك (إيجابا / سلبا)

الثاني: تصورات الفرد حول قدراته الذاتية self efficacy ومهارته الضـرورية للتحول إلي هذا السلوك في إطار الظروف المحيطة.(٢٠)

ووفق منطلقات و فروض نظرية التعلم الاجتماعي يمكن القول أن مشاهدة التليفزيون و التعرض لمضامينه التي تبرز الجسم النحيف باعتباره مثاليا قد تقدم النموذج Model الذي يقلده الفرد و الذي يتعلم منه و بالتالي توفر أساسا منطقيا للتعلم الاجتماعي فيما يتعلق بالشكل و القوام.

٢. نظرية الغرس Social Cultivation Theory

تعتبر نظرية الغرس محاولة ذات أبعاد نظرية وإمبيريقية لفهم النتائج المترتبة علي الحياة في عالم الرموز والبيئة الثقافية التي يقدمها التليفزيون، حيث تعمل النظرية علي تحديد المدى الذي يصل إليه أولئك الذين يشاهدون التليفزيون بصورة مكثفة في تكوين مفاهيم عن الواقع الاجتماعي، فمداومة التعرض للتليفزيون تجعل من كثيفي المشاهدة أكثر قابلية لإدراك العالم الحقيقي بطرق مشابهة لما تعكسه معظم الأنماط الثابتة والمستقرة في عالم التليفزيون.

وتقوم نظرية الغرس علي ستة مبادئ نظرية هي:

١. التليفزيون وسيلة فردية تحتاج إلي مدخل خاص لدراستها.
٢. رسائل التليفزيون تشكل نظاماً متجانساً هو التيار السائد في ثقافتنا.
٣. مضمون رسائل التليفزيون يقدم مفاتيح او علامات للغرس.
٤. تحليل الغرس يركز علي مدى إسهام التليفزيون في تحقيق الانسجام بين أفراد المجتمع ككل.
٥. تزيد المستحدثات التكنولوجية من تأثير [illegible]
٦. تحليل الغرس يركز علي النتائج الخاصة بشيوع الاستقرار والانسجام في العالم التليفزيوني.(٢١)

ويعتبر "السلوك العدواني" و"الاعتقاد في وضاعة الحياة وخطورتها" Mean and Dangerous World و"الخوف من الوقوع ضحية لأعمال العنف" و"عدم الثقة في الناس" و "الشعور باليأس" والاعتقاد في عدم وجود معايير تحكم سلوك الناس "الأنوميا" و"الاغتراب" هي أهم الموضوعات البحثية في نظرية الغرس.

وللنظرية تطبيقات متعددة خارج الولايات المتحدة الأمريكية، فقد تم اختبار فروضها في انجلترا والسويد وهولندا وهونج كونج وكوريا والأرجنتين وإسرائيل[٢٢]، كما تم اختبار فروضها في مصر والسعودية وسوريا ولبنان.[٢٣]

ووفق نظرية الغرس يمكن القول أن الأكثر تعرضا للتليفزيون أكثر استبطاناً واستدخالاً لفكرة النحافة و أكثر شعورا بالسخط علي شكله و قوامه، و هو ما يؤدي إلي إتباع الريجيم.

٣. نظرية المقارنة الاجتماعية social comparison theory

تقوم نظرية المقارنة الاجتماعية علي فرضية أساسها أن الأفراد أكثر عرضة لعقد مقارنات جبرية (حتمية) مع الصور التي تعرضها وسائل الإعلام, وهذه المقارنة تتم لدى جميع الأشخاص سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، بوعي من الأفراد أو بدون وعي منهم.[٢٤]

وقد ذهب جوثالس Gothals (١٩٨٦) إلي أن الصور التي تقدمها وسائل الإعلام للجسم النحيف و تقديمها له باعتباره نمطاً مثالياً ربما تجبر الأفراد علي عقد مقارنات آلية معها.[٢٥]

وتوفر نظرية المقارنة الاجتماعية رابطا منطقيا قوياً للعلاقة بين الاتجاهات والسلوك. هذا الرابط هو ما يبرر قيام الأفراد ببعض السلوكيات مثل فقدان الشهية أو إتباع نظام غذائي قاسي(ريجيم) من اجل تخفيض أوزانهم والوصول إلي الصورة التليفزيونية.

ثالثاً : الدراسات السابقة:

أجريت العديد من الدراسات التي تناولت صورة الجسم، وتباينت هذه الدراسات من حيث منطلقاتها البحثية، فهناك دراسات حاولت الربط بين صورة الجسم والاضطراب الغذائي Eating Disorder[٢٦]، وهناك دراسات حاولت الربط بين صورة الجسم وبعض الأبعاد النفسية لدى الإناث[٢٧]، وهناك دراسات حاولت الربط بين صورة الجسم والتعرض لبعض المضامين الإعلامية أو لبعض الوسائل الإعلامية وهي الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية، والتي يمكن الإشارة إلي نماذج منها علي النحو التالي:-

- دراسة مايرز و بيوكا Myers & Biocca (١٩٩٢) وتم تطبيقها علي عينة حجمها ٧٦ طالبة جامعية وذلك لاختبار العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومدركاتهن perception عن مقاييس الجسم الصحيحة Body sizes، وعن صورتهن لأجسامهن، وقد خلصت الدراسة إلي أن الأكثر تعرضاً من هؤلاء الطالبات (عينة الدراسة) للبرامج المهتمة بالموضة والإعلانات Body Image Programming and Commercials قد بالغوا في تقدير مقاييس أجسامهن، وقد كونوا صورة سلبية عن قوامهن.[٢٨]

- دراسة هاينبرج و طمبسون Heinberg & Thompson (١٩٩٢) وتم تطبيقها علي عينة حجمها ١٨٩ طالبة جامعية في الولايات المتحدة، وتم استخدام نظرية المقارنة الاجتماعية Social Comparison Theory كإطار نظري للدراسة، وقد خلصت الدراسة إلي وجود علاقة ارتباطية قوية بين درجة عدم الرضا عن الجسم نتيجة التعرض لوسائل الإعلام والرغبة في الاتجاه نحو النحافة، وإلي الميل إلي فقدان الشهية.[٢٩]

- دراسة ستيس وشاو Stice & Shaw (١٩٩٤) وتم تطبيقها علي عينة حجمها ١٥٧ طالبة جامعية تم تعريض بعضهن لمجموعة صور فوتوغرافية لعارضات أزياء Models جميلات جداً، وتم تعريض بعضهن لمجموعة صور فوتوغرافية لعارضات أزياء متوسطات الجمال Average Models، ولم يتم تعريض المجموعة الثالثة لأي صور، وقد خلصت الدراسة إلي أن المجموعة التي تعرضت لصور العارضات الجميلات كن أكثر ضيقاً وعدم رضا وأكثر اكتئاباً Depression & Dissatisfaction وذلك مقارنة بالمجموعة التي لم يتم تعريض أعضائهن لأي صور.كما خلصت الدراسة إلي عدم وجود تأثير لهذه الصور علي الطالبات النحيفات في العينة.[٣٠]

- دراسة ستيس وآخرين Stice et al (١٩٩٤) وتم تطبيقها علي عينة حجمها ٢٣٨ طالبة جامعية في الولايات المتحدة، وذلك بهدف اختبار العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام Media Exposure والاعتقاد في (واستبطان) فكرة النحافة باعتبارها الشكل المثالي لقوام الفتاة The Internalization of the Thin Ideal، وقد خلصت الدراسة إلي أن استبطان (استدخال) فكرة النحافة

تتوسط Mediate العلاقة بين حجم التعرض وعدم الانتظام (الاضطراب) الغذائي Eating Disorder في حين لم تجد الدراسة أي علاقة بين حجم التعرض واستبطان فكرة النحافة.(٣١)

- دراسة هاريسون وكانتور Harison & Cantor (١٩٩٧) وتم تطبيقها علي عينة من طلاب الجامعة في الولايات المتحدة بهدف اختبار العلاقة بين حجم التعرض لكل من المجلات والتليفزيون (كل علي حدة) والاضطراب الغذائي لدى الطلاب وصورة الجسم لديهم، وقد خلصت الدراسة إلي وجود علاقة بين التعرض لهاتين الوسيلتين والاعتقاد في فكرة النحافة، غير أنها لم تجد العلاقة ذاتها بين التعرض ودرجة عدم الرضا عن الجسم أو الاضطراب الغذائي لدى قراء المجلات عن مشاهدي التليفزيون، وإن عزا الباحثان ذلك إلي أن المجلات عادة ما تقدم معلومات وصفية تفصيلية عن كيف يصبح المرء نحيفاً وهو ما يغري علي التقليد والإتباع.(٣٢)

- دراسة وولف و نيكولاس و ديسيل Wolf, Nichols & Decelle (١٩٩٧) وتم تطبيقها علي عدة مجموعات من الإناث في إطار مجموعات نقاش مركزة Focus Group Discussion وتتراوح أعمار الإناث بين ١٨- ٢٢ عاماً، وكانت مدة الجلسة النقاشية حوالي ساعتين، أجابت المبحوثات خلالها علي استمارة استقصاء عن صورة الجسم واستخدامات وسائل الإعلام. وقد دارت محاور جلسات النقاش حول عدة محاور منها، وصف الجسم Body Depiction وتقييم الجسم Body Evaluation وملائمة الجسم Body Accommodation ومصادر المعرفة عن الجسم Body Enculturation، وقد خلصت الدراسة إلي أن المبحوثات يعتقدن في فكرة النحافة باعتبارها الصورة المثالية لجسم الإناث، وخلصت أيضاً إلي أن معظم الإناث في العينة قد اتبعوا سلوكيات معينة في تغيير شكل أجسامهن من أجل تحقيق التكيف أو الشعور بملائمة الجسم.(٣٣)

- دراسة برابو ديفيد وميلسا جونسون David & Johnson (١٩٩٨) وتم تطبيقها علي عينة حجمها ١٤٤ طالبة جامعة، حيث تم سؤالهن عن تقديراتهن للوزن المثالي لجسم الفتاة، وتم قياس مستوى تقدير الذات لديهن ومدى ممارستهن لنظام

غذائي قاسي، بالإضافة إلي حجم تعرضهن لوسائل الإعلام، وقد خلصت الدراسة إلي أن الصورة المثالية التي تعرضها وسائل الإعلام تؤدي إلي تكوين مفاهيم خاطئة لدى الفتيات Misperceptions، كما أنها تؤدي إلي انخفاض تقديرهن لذواتهن Low Self-Esteem.[٣٤]

- دراسة ويجنر وآخرين Wagener et al (١٩٩٨) وتم تطبيقها علي عينة حجمها (١٠٥) طالبة بجامعة Metropolitan بالولايات المتحدة، وذلك بهدف قياس تأثير التعرض لرسائل وسائل الإعلام علي الاتجاهات والسلوكيات المرتبطة بصورة الجسم لدى طالبات الجامعة. وقد تم تحليل الإعلانات المتعلقة بالموضة Fashion Commercials لمعرفة أهم ما تتضمنه من أفكار حول صورة الجسم، وقد خلصت الدراسة إلي أن الإعلانات المتعلقة بالموضة قد دعمت الاتجاه والسلوك السلبيين لدى مفردات العينة فيما يتعلق بصورة الجسم، وأشارت المبحوثات إلي أن فتيات التليفزيون Models لديهن حجم وشكل وقوام مثالي مقارنة بأنفسهن وأنهن اتبعن نظام غذائي معين (ريجيم) من أجل التكيف مع هذا الشكل المثالي.[٣٥]

- دراسة ماك كريري وسادافا McCreary & Sadava (١٩٩٩) وتم تطبيقها علي عينة حجمها ٣٤١ مبحوثاً (١٢٥ ذكراً – ٢١٦ أنثى) وذلك لاختبار العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون وتكوين معتقدات عن الصحة والوزن والشكل (القوام المناسب)، وقد خلصت الدراسة إلي أن هناك علاقة عكسية بين حجم التعرض للتليفزيون ومدى الاعتقاد في مناسبة Fitness أجسام المبحوثين ودرجة رضاهم عن أجسامهم.[٣٦]

- دراسة رينيه بوتا Botta (١٩٩٩) وتم تطبيقها علي عينة من الفتيات المراهقات حجمها ٢١٤ فتاة (متوسط العمر ١٧ سنة) وتم استخدام عدة مقاييس منها مقياس مقاسات الجسم Body Mass Index ومقياس الاتجاه نحو النحافة، وأسئلة تتعلق بالنظام الغذائي للمبحوثات، إضافة إلي أسئلة التعرض لوسائل الإعلام والنظرة الإيجابية إلي الجسم، فالمقارنة بين صورة قوام الفتيات في التليفزيون وقوام المبحوثات كانت لصالح فتيات التليفزيون، كما خلصت إلي أن الأكثر تعرضاً من الفتيات للتليفزيون أقل رضا عن صورتهن، وأشارت الدراسة إلي أن

صورة الجسم هي المفتاح الرئيسي لفهم كيفية تأثير التليفزيون علي المراهقات والصور المنطبعة لديهن في صور أجسامهن واتجاهاتهن وسلوكياتهن.[٣٧]

- دراسة بريويز Brewis (١٩٩٩) وتم تطبيقها علي عينة من مجتمعين أحدهما تقليدي وريفي (N = ٨٤ أنثي + ٧٧ ذكر) والآخر مدني متحضر (N = ٤١ أنثى + ٢٤ ذكر) في إحدى جزر المحيط الهادي (Samoa) وتراوحت أعمار المبحوثين بين ٢٥ – ٥٥ عام، وقد خلصت الدراسة إلي أن الذكور والإناث وأهل الريف وأهل الحضر ذكروا أن الحجم المثالي للجسم أصغر من الأحجام التي أدركوا بها أنفسهم، وكان المجتمع المتحضر (الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام) أكثر ميلاً إلي قبول الأجسام النحيفة والصغيرة من المجتمع الريفي.[٣٨]
- دراسة ماريتا ماككيب وأخريات McCabe (٢٠٠١) وتم تطبيقها علي عينة حجمها ١٢٦٦ من الطلبة في إحدى المدارس الثانوية في استراليا، وقد وزعت العينة بالتساوي بين الذكور والإناث، وتراوح سن الطلبة بين ١٢-١٦ عاماً.

وتهدف الدراسة إلي اختبار العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والميل إلي إتباع نظام غذائي بهدف تقليل الوزن (الريجيم) ودور المتغيرات الديموجرافية (السن – النوع) في هذه العلاقة. وقد خلصت الدراسة إلي أن الإناث يتأثرن بدرجة كبيرة بما تعرضه وسائل الإعلام فيما يتعلق بمدركاتهن عن صورة الجسم المثالي وعن صورة أجسامهن مقارنة بالذكور، وإن الإناث أقل رضا بصفة عامة عن أجسامهن من الذكور.[٣٩]

- **ملاحظات عامة علي الدراسات السابقة وموقف الدراسة الحالية منها:**

من مراجعة الدراسات السابقة يمكن ملاحظة ما يلي:

- إن معظم الدراسات السابقة قد تم تطبيقها علي الطالبات الجامعيات، وقد يكون ذلك لسهولة التطبيق عليهن وقلة التكلفة المادية..، وعلي الرغم من أهمية المرحلة العمرية التي تنتمي إليها الطالبات الجامعيات، حيث المرحلة الانتقالية من مرحلة المراهقة إلي مرحلة الشباب وهي مرحلة استعداد قوى لاكتساب وتكوين الاتجاهات والمعتقدات المختلفة، علي الرغم من ذلك فإن قصر التطبيق

علي هذه المرحلة يمثل نقطة ضعف لهذه الدراسات، حيث لا تجعلنا نقارن صورة الجسم لدى مراحل عمرية وتعليمية مختلفة وهو ما تحاوله هذه الدراسة.

- إن كثيراً من الدراسات السابقة قد عالجت الموضوع من وجهة نظر أحادية الجانب أو أحادية البعد، ومن ثم فقد استخدمت نظرية أو مدخلاً نظرياً واحداً، وعلي الرغم من سمة العمق والتركيز التي يمكن تحقيقها من خلال هذا الاتجاه فإننا نفتقد سمة التكامل والشمول وهو ما تحاوله هذه الدراسة من خلال استخدام الإطار النظري التكاملي.
- قلة الدراسات التي اعتمدت علي المنهج المقارن أو استخدمت المقارنة كأسلوب بحثي بين مجتمعين (دراسة واحدة فقط)، ولعل ذلك ما دفع الباحثة إلي المقارنة بين المجتمعين المصري والقطري لتعميق النتائج وتحقيق الشمولية.
- إن هذه الدراسات لم تفرق ولم تربط بين مفهوم إدراك الجمال ومفهوم الرضا عن صورة الجسم، وكثيراً ما غفلت وتجاهلت المفهوم الأول علي الرغم من أهميته لدراسة المفهوم الثاني، وهو ما قامت به الباحثة في هذه الدراسة.

رابعاً: الإطار المنهجي للدراسة:

(١) فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق جوهرية (ذات دلالة) بين عينة الإناث المصريات وعينة الإناث القطريات علي كل من:

- درجة إدراك الجمال (مكونات الشكل (القوام) الجميل)
- درجة الرضا عن صورة الجسم

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية عكسية بين حجم التعرض الإجمالي للتليفزيون وكل من:

- درجة إدراك الجمال (مكونات الشكل (القوام) الجميل)
- درجة الرضا عن صورة الجسم

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية عكسية بين درجة إدراك الجمال (مكونات القوام الجميل) ودرجة الرضا عن صورة الجسم.

الفرض الرابع: تختلف درجة إدراك الجمال باختلاف:

- المستوى العمري.
- الحالة الاجتماعية.

الفرض الخامس: تختلف درجة الرضا عن صورة الجسم باختلاف:

- المستوى العمري.
- الحالة الاجتماعية.

(٢) متغيرات الدراسة:

يمكن توضيح متغيرات الدراسة في الجدول التالي:

جدول رقم (١)

متغيرات الدراسة

الفرض	المتغير المستقل	المتغير التابع
الأول	– الجنسية (مصرية – قطرية)	- درجة إدراك الجمال - درجة الرضا عن صورة الجسم
الثاني	– حجم التعرض الإجمالي للتليفزيون	- درجة إدراك الجمال - درجة الرضا عن صورة الجسم
الثالث	– درجة إدراك الجمال	- درجة الرضا عن صورة الجسم
الرابع	- المستوى العمري - الحالة الاجتماعية	- درجة إدراك الجمال
الخامس	- المستوى العمري - الحالة الاجتماعية	- درجة الرضا عن صورة الجسم

(٣) قياس متغيرات الدراسة

- **حجم التعرض للتليفزيون**

- لقياس حجم التعرض للتليفزيون تم تكوين مقياس تجميعي يتكون من أربعة أسئلة تتعلق بمدى مشاهدة التليفزيون بصفة عامة، وعدد ساعات المشاهدة اليومية، ومدى مشاهدة بعض المضامين مثل أغاني الفيديو كليب وغيرها.

- بلغ مجموع درجات المقياس ٦ درجات تم توزيع المبحوثات عليها علي النحـــو التالي:

– معدل تعرض منخفض: الحاصلات علي درجتين فأقل

– معدل تعرض متوسط: الحاصلات علي ٣ أو ٤ درجات

– معدل تعرض مرتفع: الحاصلات علي ٥ أو ٦ درجات

- **مقياس إدراك الجمال واستبطان فكرة النحافة**

- وهو مقياس تجميعي وضعته الباحثة لقياس مفاهيم ومقاييس الجمال عند الإناث واتجاهاتهن نحو فكرة النحافة كمحددة للجمال الأنثوي (كما يظهرها التليفزيون).

- يبلغ عدد عبارات المقياس ٩ عبارات صيغت بطريقة ليكرت الخماســية التــي تتحدد بدائله في: موافق جدا , موافق , محايد , معارض , معارض جدا.

- يبلغ مجموع درجات المقياس ٤٥ درجة (الحد الادني ٩ درجات, و المدى ٣٦ درجة) تم توزيع المبحوثات عليها علي النحو التالي:

  - إدراك منخفض: الحاصلون علي ٢١ درجة أو اقل.
  - إدراك متوسط: الحاصلون علي درجات تــراوح بــين ٢٢- ٣٤ درجة.
  - إدراك مرتفع: الحاصلون علي ٣٥ درجه فأكثر.

كانت عبارات المقياس علي النحو التالي:

١. جسم معظم الفتيات اللاتي يظهرن في أغاني الفيديو كليب يعتبــر جســما مثالياً.

٢. جسم المرأة المثالي هو الجسم الرشيق النحيف.

٣. إذا أرادت الفتيات (النساء) أن يكن لهن فرص اجتماعية أفضــل فعلــيهن بإتباع الرجيم.

٤. اتفق مع وجهة النظر القائلة "السمنة نصف الجمال".

٥. الفتيات ذوات الأرجل الممتلئة و الصدور الكبيرة أكثر جمالا من وجهة نظري من الفتيات النحيفات.

٦. لكي تكون المرأة أو الفتاة ناجحة اجتماعياً لابد وأن تمتع بجسم نحيف.

٧. جسم فتيات الإعلان هو الجسم الذي يجب أن يكون للمرأة الناجحة في الحياة.

٨. الفتاة الممتلئة تجذب أنظار الرجال وتشعرهم بأنوثتها أكثر من الفتاة النحيفة.

٩. الفتاة الممتلئة غير جذابة.

- **مقياس الرضا عن صورة الجسم:**

- وهو مقياس تجميعي وضعته د. زينب محمود شقير(١٩٩٨) لقياس مدى رضا الفتيات (الإناث) عن صورة جسمهن.
- يبلغ عدد عبارات المقياس ٢٦ عبارة، صيغت بطريقة ليكرت الثلاثية التي تتحدد بدائلها في: موافق ، غير متأكد ، غير موافق.
- يبلغ مجموع درجات المقياس ٧٨ درجة (الحد الأدنى ٢٦ درجة ، والمدى ٥٢ درجة) تم توزيع المبحوثات عليها علي النحو التالي:
  - درجة رضا مرتفع: الحاصلات علي ٤٣ درجة فأقل
  - درجة رضا متوسط: الحاصلات علي درجات تتراوح بين ٤٤-٦٠ درجة
  - درجة رضا منخفض: الحاصلات علي ٦١ درجة فأكثر(*)
- كانت عبارات المقياس علي النحو التالي:

١. مظهري أقل جاذبية.

٢. أشعر بعدم الارتياح عندما أتحدث مع الآخرين لتغير جسمي عنهم.

(*) لأن جميع عبارات المقياس سلبية لذا فقد تم تكويدها تكويدا عكسيا Reverse code وأصبح غير الموافق يحصل علي ٣ درجات ، والموافق يحصل علي درجة واحدة.

٣. معظم أصدقائي يبدون في مظهر أفضل مني.

٤. الناس من حولي لهم أصدقاء أكثر مني من نفس الجنس بسبب مظهرهم الشخصي.

٥. أشعر أن مستوى أدائي منخفض بسبب تغير في جسمي.

٦. هناك الكثير من معالم جسمي أود لو تتغير.

٧. معظم أصدقائي يشعرون بالراحة والرضا أكثر مني لمظهرهم المقبول.

٨. ليست لي شعبية بين الناس لاختلافي عنهم جسميا.

٩. مفهومي عن جسمي ونفسي منخفض وغامض.

١٠. غالباً ما أقارن مظهري وملامح جسمي بالآخرين.

١١. عندما انظر للمرآة أشعر بتغير في مظهري وملامح جسمي عما أتوقعه.

١٢. أفضل العمل بمفردي بسبب شكلي المختلف عن الناس.

١٣. لي صداقات قليلة بسبب اختلاف شكلي وملامحي عنهم.

١٤. لا يعجبني المظهر الذي أبدو عليه.

١٥. يضايقني رؤية نفسي في المرآة.

١٦. أرفض الذهاب للأماكن العامة حتى لا يراني أحد.

١٧. رؤية الناس لي تسبب لهم بعض المضايقات.

١٨. أشعر بعدم التناسق بين حجم وجهي وباقي أعضاء جسمي.

١٩. أشعر بأن طولي لا يتناسب مع جسمي.

٢٠. في بعض الأحيان لا يتناسب تفكيري مع حجم جسمي.

٢١. اشعر من وقت لآخر بتغيرات في معالم جسمي.

٢٢. ثقتي بنفسي ضعيفة بسبب مظهري وملامح جسمي المتغيرة.

٢٣. أفكر كثيراً فيما يحدث لي من تغيرات في مظهري أو معالم جسمي.

٢٤. اشعر بعدم تناسق بين ملامح وجهي (الأنف/العين/ الفم/ الأذن)

٢٥. عادة ما ينتابني شعور بأنني لا أصلح لشيء لأنني أقل كفاءة.

٢٦. أشعر بأن زملائي أفضل مني في مظهرهم الجسمي.

- **أسئلة عامة:**

تم توجيه عدة أسئلة عامة متعلقة بمصادر اكتساب المبحوثات لمعلوماتهن عن الجسم الجميل، ومعلوماتهن عن المقاييس السليمة للجسم الرشيق Body Mass Index وغيرها..

ومن نماذج هذه الأسئلة:

- **بصفة عامة.. من أين تحصلين علي معلوماتك حول الأناقة والجمال؟**

١. من أفراد أسرتي

٢. من صديقاتي وزميلاتي

٣. من المجلات والصحف

٤. من التليفزيون

٥. من مواقع الموضة علي الانترنت

٦. أخرى (تذكر)

- **هل تفكرين في عمل شيء لرفع مستوى جمالك؟**

١. سأقوم بعملية تجميل.

٢. سأحاول أن أقلل من وزني.

٣. سأغير من طريقة ارتدائي لملابسي.

٤. سأعمل شكلاً جديداً New look

٥. سأقلد بعض نجمات السينما.

٦. أخرى (تذكر)

- **ما الأشياء التي تجعلك تشعرين بعدم الرضا عن مظهرك؟**

١. أن تكون به عيوب خلقية (تشوهات).

٢. الوزن الزائد.
٣. عدم اللياقة.
٤. النظر إلي بطني المتضخمة "الكرش" في المرآة.
٥. رأي شريك حياتي السلبي في مظهري.
٦. أن أصبح محل انتقاد من الآخرين.
٧. الشعور بعدم الثقة.
٨. أخرى (تذكر)

- **من أين تكتسبين الشعور بأن جسمك جيد؟**

١. من مدح والدتي لجسمي.
٢. من مقارنة جسمي بأجسام نجوم الإعلان والسينما.
٣. من مقارنة جسمي بأجسام الشخصيات الرياضية.
٤. من مقارنة جسمي بأجسام صديقاتي وزميلاتي.
٥. من مدح شريك حياتي لي.
٦. أخرى (تذكر)

- **من وجهة نظرك..**

(١) الطول المثالي للفتاة هو:

١- (١٤٠ - ١٥٠ سم) ٢- (١٥٠ - ١٦٠سم)
٣- (١٦٠ - ١٧٠ سم) ٤- (١٧٠ - ١٨٠سم)

(٢) الوزن المثالي للفتاة هو:

١- (٤٠- ٥٠ ك) ٢- (٥٠ - ٦٠ ك)
٣- (٦٠ - ٧٠ ك) ٤- (٧٠ - ٨٠ ك)

(٣) مقاس الحذاء المثالي للفتاة هو.

١- (٣٧) ٢- (٣٨) ٣- (٣٩) ٤- (٤٠)

(٤) مقاس الصدر المناسب للفتاة هو................

(٥) مقاس الخصر (الوسط) المناسب هو..............

(٦) نوع الشفاه الأكثر جمالاً:

١- الشفاه الغليظة.

٢- الشفاه الرفيعة.

- **عندما تنوين الخروج، وتذهبين إلي الدولاب لاختيار ملابسك هل..**

١. ترتدين أول شيء أمامك؟

٢. تجربين طقمين أو ثلاثة من الملابس ؟

٣. تجربين أربعة أطقم أو خمسة؟

٤. تجربين أكثر من ذلك؟

- **بماذا تشعرين عندما ترين صورتك الفوتوغرافية؟**

١. أشعر بالرضا التام والإعجاب.

٢. أشعر بالرضا إلي حد ما.

٣. لا تعجبني.

٤. أتجنبها ولا أحاول النظر إليها.

(٤) منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة علي التكامل المنهجي بين كل من:

أ. منهج المسح Survey باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول علي بيانات ومعلومات وأوصاف الظاهرة والأساليب التي اتبعت لمواجهة هذه الظاهرة بما يسمح باختبار العلاقات بين المتغيرات واختبار فروض الدراسة.

ب. المنهج المقارن Comparative Method وذلك للمقارنة بين المجتمعين المصري والقطري علي متغيرات الدراسة.

(٥) أسلوب الدراسة:

تعتمد الدراسة علي أسلوب المسح بالعينة، حيث يتعذر إجراء الحصر الشامل لجميع مفردات المجتمعين المصري والقطري.

(٦) عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة علي ٤٠٠ فتاة وسيدة من المجتمعين المصري والقطـري (تم توزيعها بالتساوي)، وتعتبر عينة الدراسة عينة متاحـة Available Sample وهي تنتمي إلي العينات غير الاحتماليـة Non Probability Sample وعلـي الرغم من عيوب هذه العينة فإنها تمكننا من استخلاص بعض المؤشرات والنتـائج التي يمكن الاعتماد عليها.

(٧) خصائص عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (٢)

خصائص عينة الدراسة

المتغير	الإناث في مصر		الإناث في قطر		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
السن						
أقل من ١٨ سنة	١٤٢	٧١	١٠	٥	١٥٢	٣٨
١٩ – ٢٥ سنة	٢٤	١٢	١٦١	٨٠,٥	١٨٥	٤٦,٣
٢٦ – ٣٥ سنة	١٨	٩	١١	٥,٥	٢٩	٧,٢
٣٦ فأكثر	١٦	٨	١٨	٩	٣٤	٨,٥
المجموع	٢٠٠	٥٠	٢٠٠	٥٠	٤٠٠	%١٠٠
الحالة الاجتماعية						
عزباء	١٦٤	٨٢	١٣٤	٦٧	٢٩٨	٧٤,٥
متزوجة	٣٢	١٦	٥٨	٢٩	٩٠	٢٢,٥
مطلقة	٢	١	٨	٤	١٠	٢,٥
أرملة	٢	١	–	–	٢	٠,٥
المجموع	٢٠٠	٥٠	٢٠٠	٥٠	٤٠٠	%١٠٠

(٨) أسلوب وأداة جمع البيانات:

تم جمع بيانات الدراسة الميدانية من خلال استمارة استبيان Questionnaire تم ملؤها مع المبحوثات من خلال المقابلة الشخصية.

(٩) اختبار الصدق والثبات:

- لاختبار صدق الاستمارة تم عرضها قبل تطبيقها علي عدد من المحكمين، وفي ضوء ملاحظاتهم تم تعديل الاستمارة وتجهيزها للتطبيق.[*]
- لاختبار الثبات تم إعادة تطبيق الاستمارة علي (١٠%) من عينة الدراسة، وقد بلغت نسبة الثبات (٩١%) وهي نسبة ثبات عالية.

(١٠) الخطة الإحصائية:

تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS ومن خلاله تم استخدام المعاملات التالية:

- اختبار كا^{٢}
- معامل التوافق
- اختبار (ت)
- تحليل التباين ذو الاتجاه الواحد (ANOVA)
- معامل ارتباط بيرسون

(*) المحكمون هم : د. محمد شومان: أستاذ مشارك بجامعة قطر.
د. محمد القضاه: أستاذ مشارك بجامعة قطر.
د. نجوى عبد السلام: أستاذ مساعد بجامعة عين شمس.
د. خالد عبد الجواد: مدرس بكلية الأداب جامعة الزقازيق.

خامساً: نتائج الدراسة واختبار الفروض

النتائج لعامة للدراسة

(١) حجم التعرض للتليفزيون

يوضح الجدول التالي حجم التعرض للتليفزيون لدى الإناث في مصر وقطر

جدول رقم (٣)

حجم التعرض للتليفزيون لدى الإناث

الجنسية / حجم التعرض	الإناث المصريات		الإناث القطريات		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	٢٨	١٤	٢٤	١٢	٥٢	١٣
متوسط	١٣٥	٦٧,٥	١٢٨	٦٤	٢٦٣	٦٥,٨
مرتفع	٣٧	١٨,٥	٨٤	٢٤	٨٥	٢١,٢
المجموع	٢٠٠	٥٠	٢٠٠	٥٠	٤٠٠	١٠٠

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن توزيع المبحوثات علي مستويات التعرض للتليفزيون متشابهة إلي حد كبير بين المصريات والقطريات، حيث يغلب عليها التعرض المتوسط يليه التعرض المرتفع ثم أخيراً التعرض المنخفض.

ولاختبار معنوية الفروق في درجة المشاهدة بين المصريات والقطريات تم إجراء اختبار (ت) وهو ما يتضح نتائجه في الجدول التالي:

جدول رقم (٤)

اختبار (ت) لمعنوية الفروق في درجات المشاهدة بين المصريات والقطريات

المجموعات	العدد	متوسط درجات المشاهدة	الانحراف المعياري	الفرق بين المتوسطين	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
المصريات	٢٠٠	٣,٥٤٠	١,١٤٦	-٠,١٨٥	١,٦٠٤	٠,١١٠
القطريات	٢٠٠	٣,٧٢٥	١,١٦٠			

ومن الجدول السابق يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة في حجم التعرض للتليفزيون بين المصريات والقطريات، حيث أن قيمة (ت) = ١,٦٠٤ وهي دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

(٢) مصادر الحصول على المعلومات حول الأناقة والجمال

يبين الجدول التالي المصادر التي تعتمد عليها المبحوثات في الحصول علي معلوماتهن حول الأناقة والجمال.

جدول رقم (٥)

مصادر الحصول علي المعلومات حول الأناقة والجمال

الجنسية / مصادر الحصول علي المعلومات	المصريات		القطريات		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
من أفراد أسرتي	٤٣	١٣,٢	٣٤	٨,٤	٧٧	١٠,٥
من صديقاتي وزميلاتي	٩٠	٢٧,٧	٧٥	١٨,٥	١٦٦	٢٢,٧
من المجلات والصحف	٧٢	٢٢,٢	١١٧	٢٨,٧	١٨٩	٢٥,٨
من التليفزيون	٩٦	٢٩,٥	١٠٨	٢٦,٥	٢٠٤	٢٧,٨
من مواقع الموضة علي الانترنت	٢٤	٧,٤	٧٣	١٧,٩	٩٧	١٣,٢
المجموع(*)	٣٢٥	٤٤,٤	٤٠٧	٥٥,٦	٧٣٢	١٠٠%

(*) مسموح باختيار أكثر من بديل

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن أهم مصادر الحصول علي المعلومات حول الأناقة والجمال لدى المصريات هي: التليفزيون (٢٩,٥%) ثم الصديقات والزميلات (٢٧,٧%) ثم المجلات والصحف (٢٢,٢%) وتقل نسبة الاعتماد علي أفراد الأسرة في الحصول علي المعلومات حيث تصل إلي (١٣,٢%) والاعتماد علي الانترنت (٧,٤%).

ويختلف هذا الترتيب مع ترتيب القطريات لمصادر الحصول علي المعلومات المتعلقة بالأناقة والجمال حيث تأتي المجلات والصحف في الترتيب الأول

(٢٨,٧%)، يليها التليفزيون (٢٦,٥%)، ثم الصديقات والزميلات (١٨,٥%)، فمواقع الموضة علي الانترنت (١٧,٩%)، ثم أخيراً أفراد لأسرة (٨,٤%).

ويلاحظ بصفة عامة:

أ. أن أفراد الأسرة يأتون في المركز الأخير كمصدر للحصول علي المعلومات حول الأناقة والجمال.

ب. أن القطريات أكثر استخداماً لمواقع الانترنت الخاصة بالموضة من المصريات.

ج. أن القطريات أكثر اعتماداً علي الصحف والمجلات وأن المصريات أكثر اعتماداً علي التليفزيون، وقد يكون العامل الاقتصادي هو السبب في هذه النتيجة، حيث أن مجلات الموضة والأزياء مكلفة جداً ومرتفعة الثمن.

(٣) الأشياء التي ستقوم بها المبحوثات لرفع مستوى جمالهن

- بسؤال المبحوثات عن نيتهن أو تفكيرهن لعمل شيء لرفع مستوى جمالهن أشارت (٤٤%) إلي أنهن لا يفكرن في شيء، وأشارت (٥٦%) إلي أنهن يفكرن في عمل بعض الأشياء يمكن إجمالها علي النحو التالي:

جدول رقم (٦)

الأشياء التي ستقوم بها المبحوثات لرفع مستوى جمالهن

الجنسية / الأشياء التي ستقوم بها المبحوثات	المصريات		القطريات		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
سأقوم بعملية تجميل	٣	٢,٥	١٤	١٢,٩	١٧	٧,٦
سأحاول أن أقلل من وزني	٦٣	٥٤,٣	٥٣	٤٩,١	١١٦	٥١,٨
سأغير من طريقة ارتدائي لملابسي	٢٥	٢١,٦	٩	٨,٣	٣٤	١٥,٢
سأعمل شكلاً جديداً New look	١٦	١٣,٨	٢٩	٢٦,٩	٤٥	٢٠
سأقلد بعض نجمات السينما	٩	٧,٨	٣	٢,٨	١٢	٥,٤
المجموع	١١٦	٥١,٨	١٠٨	٤٨,٢	٢٢٤	١٠٠%

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن إنقاص الوزن (٥١,٨%) وعمل شكل جديد (نيولوك) (٢٠%) هما أبرز البدائل التي تفكر فيها المبحوثات سواء في مصر أو قطر، ولعل هذا يشير إلي مدى انتشار فكرة أن النحافة مرادف للرشاقة والجمال.

(٤) الأشياء التي تجعل المبحوثات يشعرن بعدم الرضا عن المظهر

يوضح الجدول التالي استجابة المبحوثات عن سؤال يتعلق بالأشياء التي تجعلهن يشعرن بعدم الرضا عن مظهرهن.

جدول رقم (٧)

مصادر الشعور بعدم الرضا عن المظهر لدى المبحوثات

الجنسية / المصدر	المصريات		القطريات		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أن تكون به عيوب خلقية (تشوهات)	٢٠	٦,٤	٢٨	٨,٣	٤٨	٧,٤
الوزن الزائد	٨٠	٢٥,٦	٧٨	٢٣,١	١٥٨	٢٤,٣
عدم اللياقة البدنية	٣٠	٩,٦	٥٧	١٦,٩	٨٧	١٣,٤
النظر إلي "الكرش" في المرآة	٢٦	٨,٣	٧٦	٢٢,٦	١٠٢	١٥,٧
رأى شريك حياتي السلبي في مظهري	٢٢	٧	٢١	٦,٢	٤٣	٦,٦
أن أصبح محل انتقاد من الآخرين	٥٦	١٧,٩	٢٧	٨,١	٨٣	١٢,٨
الشعور بعدم الثقة	٧٩	٢٥,٢	٥٠	١٤,٨	١٢٩	١٩,٨
المجموع(*)	٣١٣	٤٨,٢	٣٣٧	٥١,٨	٦٥٠	١٠٠%

(*) مسموح باختيار أكثر من بديل

وتؤكد بيانات هذا الجدول ما سبق وأن أشرنا إليه في الجدول السابق من أن الوزن الزائد هو أهم مصدر من مصادر الشعور بعدم الرضا عن المظهر لدى الإناث سواء في مصر (٢٥,٦%) أو في قطر (٢٣,١%)، وقد يرتبط الوزن الزائد بترهل الجسم لاسيما منطقة البطن (الكرش) (١٥,٧%) ويرتبط بهذين العاملين الشعور بعدم اللياقة البدنية (١٣,٤%) ويترتب علي هذه الأعراض المتزامنة الشعور بعدم الثقة (١٩,٨%).

(٥) مصادر الشعور بالرضا عن الجسم

يوضح الجدول التالي استجابة المبحوثات عن سؤال نصه "من أين تكتسبين الشعور بأن جسمك جيد؟"

جدول رقم (٨)

مصادر الشعور بالرضا عن الجسم

الجنسية / المصدر	المصريات		القطريات		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
من مدح والدتي لجسمي	٤٦	٢٣	١٧	٨,٥	٦٣	١٥,٨
من مقارنة جسمي بأجسام نجمات الإعلان والسينما.	١٥	٧,٥	٣٠	١٥	٤٥	١١,٣
من مقارنة جسمي بأجسام الشخصيات الرياضية.	٢٧	١٣,٥	٣	١,٥	٣٠	٧,٥
من مقارنة جسمي بأجسام صديقاتي وزميلاتي.	٤١	٢٠,٥	٦٤	٣٢	١٠٥	٢٦,٣
من مدح شريك حياتي لي.	٣٦	١٨	٣٨	١٩	٧٤	١٨,٥
من مدح زميلاتي وصديقاتي.	٣٥	١٧,٥	٤٨	٢٤	٨٣	٢٠,٨
المجموع	٢٠٠	٥٠	٢٠٠	٥٠	٤٠٠	١٠٠

ومن الجدول السابق يتضح أن هناك مصدرين أساسين لاكتساب الثقة في جمال الجسم لدى الإناث في مصر وقطر وهما:

- المقارنة، خاصة مع الزميلات والصديقات (٢٦,٣%)
- المدح المباشر من الزميلات والصديقات (٢٠,٨%)

وهذه النتيجة تشير إلي الدور البارز للجماعات المرجعية خاصة جماعة الرفاق في تكوين معتقدات الفرد تجاه نفسه.

ومن الجدول يتضح أيضاً انخفاض نسبة من يقارن أنفسهن بنجمات الإعلان والسينما والرياضة، ويعتبرهن نماذج مثالية، حيث جاء هذا المصدر في المرتبة الأخيرة.

(٦) إجراءات الخروج من المنزل وتغيير الملابس

يوضح الجدول التالي استجابة المبحوثات عن سؤال نصه " عندما تنوين الخروج وتذهبين إلي الدولاب لاختيار ملابسك ماذا تفعلين؟"

جدول رقم (٩)

عندما تنوين الخروج وتذهبين إلي الدولاب لاختيار ملابسك هل:	المصريات		القطريات		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
ترتدين أول شيء أمامك؟	٥٧	٢٨,٥	٢٣	١١,٥	٨٠	٢٠
تجربين طقمين أو ثلاثة من الملابس؟	١١٥	٥٧,٥	١٣٩	٦٩,٥	٢٥٤	٦٣,٥
تجربين أربع أطقم أو خمسة؟	١١	٥,٥	١٨	٩	٢٩	٧,٣
تجربين أكثر من ذلك؟	١٧	٨,٥	٢٠	١٠	٣٧	٩,٢
المجموع	٢٠٠	٥٠	٢٠٠	٥٠	٤٠٠	١٠٠

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن (٨٠%) من العينة يجربن أكثر من طقم للخروج قبل مغادرة المنزل، وأن القطريات أكثر تجريباً وتبديلاً من المصريات. ولعل هذه النتيجة تشير إلي مدى الحيرة والتشتت الذي يسيطر علي الإناث قبل خروجهن مما يعكس إدراكاً لأهمية صورة الجسم والمظهر العام.

(٧) الشعور عند رؤية الصور الفوتوغرافية

يوضح الجدول التالي استجابة المبحوثات لسؤال يتعلق بشعورهن عندما يرين صورهن الفوتوغرافية.

جدول رقم (١٠)

الشعور عند رؤية صورهن الفوتوغرافية

الجنسية / بماذا تشعرين عندما ترين صورتك الفوتوغرافية	المصريات		القطريات		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أشعر بالرضا التام والإعجاب	٤٧	٢٣,٥	٤٠	٢٠	٨٧	٢١,٨
أشعر بالرضا إلي حد ما	١١٨	٥٩	٨٧	٤٣,٥	٢٠٥	٥١,٢
لا تعجبني	٢٨	١٤	٦٢	٣١	٩٠	٢٢,٥
أتجنبها ولا أحاول النظر إليها	٧	٣,٥	١١	٥,٥	١٨	٤,٥
المجموع	٢٠٠	٥٠	٢٠٠	٥٠	٤٠٠	١٠٠

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلي:

- أن حوالي (٧٣%) من العينة يشعرن بالرضا والإعجاب عند النظر إلي صورهن الشخصية، تزيد هذه النسبة في مصر لتصل إلي (٨٢,٥%) وتقل في قطر لتصل إلي (٦٣,٥%) وهي نسبة معقولة وان كانت تتناقض مع ما أشارت إليه (٥٦%) من أنهن ينوين عمل شكل جديد لهن New look

(٨) مدى الرضا عن مستوى الجمال

بسؤال المبحوثات عن مدى رضاهن عن مستوى جمالهن، كانت إجاباتهن علي النحو التالي:

جدول رقم (١١)

مدى رضا المبحوثات عن مستوى جمالهن

الجنسية / مستوى الرضا	المصريات		القطريات		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
راضية تماماً	٩٩	٤٩,٥	٨٩	٤٤,٥	١٨٨	٤٧
راضية إلي حد ما	٩٧	٤٨,٥	٩٧	٤٨,٥	١٩٤	٤٨,٥
غير راضية	٤	٢	١٤	٧	١٨	٤,٥
المجموع	٢٠٠	٥٠	٢٠٠	٥٠	٤٠٠	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلي ما يلي:

- ارتفاع نسبة الرضا عن مستوى الجمال لدى عينة الدراسة، وقد وصلت هذه النسبة إلي (٩٥,٥%)، وقد يكون السبب في ارتفاع النسبة هو كون السؤال مباشراً مما يجعل من إمكانية الإجابة بالرضا مرتفعة.

نتائج اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول:

توجد فروق جوهرية (ذات دلالة) بين عينة الإناث المصريات وعينة الإناث القطريات علي كل من:

- درجة إدراك الجمال واستبطان فكرة النحافة
- درجة الرضا عن صورة الجسم

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار (ت) T.Test لمعنوية الفروق بين العينتين علي المقياسين (كل مقياس علي حدة) ، وهو ما تتضح نتائجه في الجدول التجميعي التالي:

جدول رقم (١٢)

الفروق بين عينتي الدراسة علي مقياس إدراك الجمال والرضا عن صورة الجسم

أ. درجة إدراك الجمال

المجموعات	العدد	متوسط درجات إدراك الجمال	الانحراف المعياري	قيمة الفروق بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
الإناث لمصريات	٢٠٠	٢١,٩٤	٣,٩١٤	٤,٠٤	٩,٠٠٢	٠,٠٠٠١
الإناث القطريات	٢٠٠	٢٥,٩٧	٤,٩٨٦			
ب. درجة الرضا عن صورة الجسم						
المجموعات	العدد	متوسط درجة الرضا	الانحراف المعياري	قيمة الفروق بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
الإناث المصريات	٢٠٠	٣٦,٢٦	٧,٥٩٩	٣,٩٧	٤,٥١٥	٠,٠٠٠١
الإناث القطريات	٢٠٠	٤٠,٢٣	٩,٨٦٢			

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلي:

أ. أن هناك فروقاً جوهرية (ذات دلالة) بين متوسط درجة إدراك الجمال واستبطان فكرة النحافة لدى العينة القطرية ومثيلتها لدى العينة المصرية، فالقطريات أكثر قبولاً واعتقاداً في فكرة النحافة من المصريات ، والفروق دالة، حيث أن قيمة ت = ٩,٠٠٢ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

ب. أن هناك فروقاً جوهرية (ذات دلالة) بين متوسط درجة الرضا عن صورة الجسم لدى العينة القطرية ومثيلتها لدى العينة المصرية، فالعينة المصرية أكثر رضا عن صورة أجسامهن من العينة القطرية الأقل رضا عن صورة أجسامهن.

والفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث أن قيمة (ت) = ٤,٥١٥ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

ومما سبق يمكن لنا قبول الفرض الأول.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض الإجمالي للتليفزيون وكل من:

أ. مستوى إدراك الجمال واستبطان فكرة النحافة

ب. الرضا عن صورة الجسم

أ. مستوى إدراك الجمال:

لاختبار هذا الفرض تم تكوين الجدول الثنائي التالي وحساب كا^2

جدول رقم (١٣)

العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى إدراك الجمال

حجم التعرض / مستوى إدراك الجمال	منخفض		متوسط		مرتفع		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	١٢	١٣,٣	٦١	٦٧,٨	١٧	١٨,٩	٩٠	٢٢,٥
متوسط	٣٩	١٤,٣	١٨٢	٦٦,٩	٥١	١٨,٨	٢٧٢	٦٨
مرتفع	١	٢,٦	٢٠	٥٢,٦	١٧	٤٤,٧	٣٨	٥,٥
المجموع	٥٢	١٣	٢٦٣	٦٥,٨	٨٥	٢١,٢	٤٠٠	١٠٠

كا^2 = ١٥,٥٣ معامل التوافق = ٠,١٩٣ مستوى المعنوية = ٠,٠٠٤

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض ومستوى إدراك الجمال واستبطان فكرة النحافة، حيث يقل مستوى إدراك الجمال مع انخفاض حجم التعرض (١٣,٣% من العينة) ويرتفع مستوى إدراك الجمال مع ارتفاع حجم التعرض (٤٤,٧% من العينة).

ويشير التحليل الإحصائي إلي معنوية هذه العلاقة، حيث أن قيمة كا^{٢} = ١٥,٥٣ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ، وكانت شدة هذه العلاقة وفق معامل التوافق = ٠,١٩٣ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ، وكانت شدة العلاقة وفق معامل ارتباط بيرسون = ٠,٢٠٨

وعلي هذا نقبل الفرض الثاني (أ).

ب. مستوى الرضا عن صورة الجسم:

لاختبار هذا الفرض تم تكوين الجدول الثنائي التالي وحساب كا^{٢}

جدول رقم (١٤)

العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومستوى الرضا عن صورة الجسم

حجم التعرض / مستوى الرضا عن صورة الجسم	منخفض		متوسط		مرتفع		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	٧	١٤,٩	٢٦	٥٥,٣	١٤	٢٩,٨	٤٧	١١,٨
متوسط	٢٤	١٤	١١٢	٦٥,١	٣٦	٢٠,٩	١٧٢	٤٣
مرتفع	٢١	١١,٦	١٢٥	٦٩,١	٣٥	١٩,٣	١٨١	٤٥,٢
المجموع	٥٢	١٣	٢٦٣	٦٥,٨	٨٥	٢١,٢	٤٠٠	١٠٠

كا^{٢} = ٩,٥٤ معامل التوافق = ٠,١٥٤ مستوى المعنوية = ٠,٠٤

ومن الجدول السابق يتضح لنا أنه توجد علاقة بين حجم التعرض ومستوى الرضا عن صورة الجسم، حيث أن قيمة كا^{٢} = ٩,٥٤ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ أما شدة هذه العلاقة وفق معامل التوافق فكانت ٠,١٥٤ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

وكانت شدة العلاقة الارتباطية وفق معامل ارتباط بيرسون = ٠,١٣١ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

وعلي هذا نقبل الفرض الثاني (ب) ونقبل معه الفرض الثاني.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين مستوى إدراك الجمال واستبطان فكـرة النحافة ومستوى الرضا عن صورة الجسم.

لاختبار هذا الفرض تم تكوين الجدول الثنائي التالي وحساب كا٢

جدول رقم (١٥)

العلاقة بين مستوى إدراك الجمال ومستوى الرضا عن صورة الجسم

مستوى الرضا عن مستوى صورة الجسم / إدراك الجمال	منخفض		متوسط		مرتفع		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	٦	١٢,٨	٣٣	١٩,٢	٥١	٢٨,٢	٩٠	٢٢,٥
متوسط	٢٦	٥٥,٣	١٢٠	٦٩,٨	١٢٦	٦٩,٦	٢٧٢	٦٨
مرتفع	١٥	٣١,٩	١٩	١١	٤	٢,٢	٣٨	٩,٥
المجموع	٤٧	١١,٨	١٧٢	٤٣	١٨١	٤٥,٢	٤٠٠	١٠٠

كا٢ = ٤٢,٠٩ معامل التوافق = ٠,٣٠٩ مستوى المعنوية = ٠,٠١

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن هناك علاقـة ارتباطيـة عكسـية بـين المتغيرين، حيث تزيد درجة الرضا عن صورة الجسم لدى الأقل إدراكـاً للجمـال والأقل استنباطاً لفكرة النحافة (٢٨,٢%)، وكذلك تزيد درجة إدراك الجمال لـدى الأقل رضا عن صورة جسمهن (٣١,٩%).

وتشير المؤشرات الإحصائية إلي معنوية هذه العلاقة، حيث أن قيمة كـا٢ = ٤٢,٠٩ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ أما شدة هذه العلاقة وفق معامل التوافق فكانت ٠,٣٠٩ وكانت شدة العلاقة وفق معامـل ارتبـاط بيرسـون ٠,٣٥٩ وكلا القيمتين دالتان عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ وعلي هـذا نقبـل الفرض الثالث

الفرض الرابع: تختلف درجة إدراك الجمال واستبطان فكرة النحافة باختلاف:

- المستوى العمري
- الحالة الاجتماعية

أ. المستوى العمري

لاختبار معنوية الفروق في درجات إدراك الجمال واستبطان فكرة النحافة بين المستويات العمرية المختلفة، تم إجراء اختبار تحليل التباين ذي الاتجاه الواحد One way ANOVA وهو ما يمكن توضيح نتائجه في الجدول التالي:

جدول رقم (١٦)

معنوية الفروق بين المستويات العمرية علي درجات إدراك الجمال

التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٣	١٦٦٤,٦٧٣	٥٥٤,٨٩١	٢٦,٠٤٤	٠,٠٠٠١
داخل المجموعات	٣٩٦	٨٤٣٧,٢٦٥	٢١,٣٠٦		
المجموع	٣٩٩	١٠١٠١,٩٣٨			

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن هناك فروقاً بين المستويات العمرية المختلفة علي درجات مقياس إدراك الجمال واستبطان فكرة النحافة، حيث أن قيمة F = ٢٦,٠٤٤ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ولمعرفة المجموعات ذات التباينات المختلفة تم إجراء اختبار Post Hoc Test بطريقة Scheffe وهو ما يتضح نتائجه في الجدول التالي:

جدول رقم (١٧)

مصادر التباين بين المستويات العمرية المختلفة في درجات إدراك الجمال

المجموعات	المجموعة الأولى	المجموعة الثانية	المجموعة الثالثة	المجموعة الرابعة
المجموعة الأولى: ١٨ سنة فأقل (M=٢١,٧٠)		*		*
المجموعة الثانية: ١٩-٢٥ سنة (M = ٢٥,١٤)	*		-	*
المجموعة الثالثة: ٢٦- ٣٥ سنة (M = ٢٢,٧٦)				*
المجموعة الرابعة ٣٦ سنة فأكثر (M = ٢٨,١٢)	*	*	*	

(*) دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن هناك فروقاً دالة بين المجموعات، وبصفة عامة يمكن ترتيب المجموعات العمرية وفق درجة إدراكها للجمال واستبطانها لفكرة النحافة علي النحو التالي:

- المجموعة الرابعة (٣٦ سنة فأكثر)
- المجموعة الثانية (١٩ – ٢٥ سنة)
- المجموعة الثالثة (٢٦ – ٣٥ سنة)
- المجموعة الأولى (١٨ سنة فأقل)

وعلي هذا نقبل الفرض الرابع (أ).

ب. الحالة الاجتماعية:

لاختبار معنوية الفروق في درجات إدراك الجمال واستبطان فكرة النحافة بين المتزوجات وغير المتزوجات، تم إجراء اختبار (ت) T.Test وهو ما يتضح نتائجه في الجدول التالي:

جدول رقم (١٨)

معنوية الفروق بين المتزوجات وغير المتزوجات علي درجات إدراك الجمال

المجموعات	العدد	متوسط إدراك الجمال	الانحراف المعياري	متوسط الفروق	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
المتزوجات	٩٠	٢٥,٧٧	٤,٩٥٦	٢,٤٥	٤,٢٦١	٠,٠٠١
غير المتزوجات	٢٩٨	٢٣,٣٢	٤,٧٢٩			

ومن الجدول السابق يتضح أن المتزوجات أكثر إدراكاً للجمال واعتقاداً نحو فكرة النحافة من غير المتزوجات، والفروق بينهما دالة إحصائياً حيث أن قيمة (ت) = ٤,٢٦١ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

وعلي هذا نقبل الفرض الرابع (ب) ونقبل معه الفرض الرابع.

الفرض الخامس:

تختلف درجة الرضا عن صورة الجسم باختلاف:

- المستوى العمري
- الحالة الاجتماعية

أ. **المستوى العمري:**

لاختبار معنوية الفروق في درجات الرضا عن صورة الجسم بين المستويات العمرية المختلفة، تم إجراء اختبار تحليل التباين ذي الاتجاه الواحد One way ANOVA وهو ما يمكن توضيح نتائجه في الجدول التالي:

جدول رقم (١٩)

معنوية الفروق بين المستويات العمرية علي درجات الرضا عن صورة الجسم

التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٣	٢٠٤١,٥٢٩	٦٨٠,٥١٠	٩,٢٧٠	٠,٠٠١
داخل المجموعات	٣٩٦	٢٩٠٦٩,٦٤٩	٧٣,٤٠٨		
المجموع	٣٩٩	٣١١١١,١٧٨			

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن هناك فروقاً بين المستويات العمرية المختلفة علي درجات مقياس الرضا عن صورة الجسم حيث أن قيمة F = ٩,٢٧٠ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

ولمعرفة المجموعات ذات التباينات المختلفة والفروق الدالة، تم إجراء اختبار Post Hoc Test بطريقة Scheffe وهو ما تتضح نتائجه في الجدول التالي:

جدول رقم (٢٠)

مصادر التباين بين المستويات العمرية المختلفة في درجات الرضا عن صورة الجسم

المجموعات	المجموعة الأولى	المجموعة الثانية	المجموعة الثالثة	المجموعة الرابعة
المجموعة الأولى: ١٨ سنة فأقل (M =٢٦,٧٧)	*	*		*
المجموعة الثانية: ١٩-٢٥ سنة (M = ٢٨,٩٤)	*		*	*
المجموعة الثالثة: ٢٦- ٣٥ سنة (M = ٣٥,٠٧)		*		*
المجموعة الرابعة ٣٦ سنة فأكثر(M = ٤,٥٠)	*	*	*	

(*) دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن هناك فروقاً دالة بين المجموعات، وبصفة عامة يمكن ترتيب المجموعات العمرية وفق درجة الرضا عن صورة الجسم علي النحو التالي:

- المجموعة الثالثة (٢٦ – ٣٥ سنة) هي الأكثر رضا عن صورة جسمها
- المجموعة الأولى (١٨ سنة فأقل)
- المجموعة الثانية (١٩ – ٢٥ سنة)
- المجموعة الرابعة (٣٦ سنة فأكثر) هي الأقل رضا عن صورة جسمها

وعلي هذا نقبل الفرض الخامس (أ)

ب. الحالة الاجتماعية:

لاختبار معنوية الفروق في درجات الرضا عن صورة الجسم بين المتزوجات وغير المتزوجات تم إجراء اختبار (ت) T.Test وهو ما تتضح نتائجه في الجدول التالي:

جدول رقم (٢١)

معنوية الفروق بين المتزوجات وغير المتزوجات علي درجات الرضا عن صورة الجسم

المجموعات	العدد	متوسط درجات الرضا عن صورة الجسم	الانحراف المعياري	متوسط الفروق	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
المتزوجات	٩٠	٣٧,٦٦	٨,٤١٢	٠,٣٣	٠,٣٢٩	٠,٧٤٢
غير المتزوجات	٢٩٨	٣٧,٩٨	٨,٢٣٣			

ومن الجدول السابق يتضح أنه لا توجد فروقاً ذات دلالة بين المتزوجات وغير المتزوجات في درجات الرضا عن صورة الجسم، فدرجة الرضا منخفضة لدى كليهما.

وعلي هذا نرفض الفرض الخامس (ب).

سادساً : مناقشة نتائج الدراسة

خلصت الدراسة الحالية إلي عدد من النتائج يمكن الإشارة إلي أهمها وتفسيرها علي النحو التالي:

(١) إن القطريات أكثر اعتقاداً في فكرة النحافة وأكثر إدراكاً للجمال كما تعكسه وسائل الإعلام من المصريات.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء:

أ. إن القطريات أكثر تعرضاً لوسائل الإعلام بصفة عامة من المصريات، وإذا كانت نتائج الدراسة لم تشر إلي وجود فروق ذات دلالة في حجم التعرض للتليفزيون، فقد أشارت إلي وجود فروق في درجة قراءة المجلات المتعلقة

بالموضة وفي التعرض لمواقع الانترنت المتعلقة بهذا الموضوع من المصريات.

ب. إن طبيعة العينة القطرية التي تم التطبيق عليها أكثر تعليماً، بصفة عامة، من العينة المصرية التي تم التطبيق عليها، ولعل مستوى التعليم المرتفع سيكون دافعاً لاستبطان فكرة النحافة كما تعكسها وسائل الإعلام من نظيره المنخفض.

(٢) إن المصريات أكثر رضا عن صورة جسمهن مقارنة بالقطريات، ويمكن تفسير ذلك في ضوء سيادة المقياس المصري للجمال وهو أن "السمنة نصف الجمال" إذ لم تستطع فكرة النحافة حتى الآن أن تحل محلها، أو أن تقنع الناس بجاذبيتها، خاصة وأن كثيراً من النماذج الناجحة اجتماعياً ومن بطلات ونجمات السينما المصرية لسن نحيفات بل يتسمن بصفة عامة بالبدانة (أو لنقل الاعتدال) إلي حد ما، كذلك فإن درجة إدراك مصداقية ما تقدمه وسائل الإعلام بصفة عامة وكونه مترجماً للواقع تكاد تكون درجة منخفضة علي ما تشير إليه كثير من الدراسات.

(٣) توجد علاقة ارتباطية إيجابية حجم التعرض للتليفزيون ومستوى إدراك الجمال واستبطان فكرة النحافة.

- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة هاينبرج Heinberg & Thompson (١٩٩٢) والتي أشارت إلي وجود علاقة ارتباطية قوية بين التعرض لوسائل الإعلام والرغبة في الاتجاه نحو النحافة وإلي الميل إلي فقدان الشهية.[٤٠]

- ودراسة ستيس واخرون Stice et al (١٩٩٤) والتي أشارت إلي أن هناك علاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام والاعتقاد في (واستبطان) فكرة النحافة باعتبارها الشكل المثالي لقوام الفتاة.[٤١]

- ودراسة ويجنر وزملائه Wagener والتي أشارت إلي أن المبحوثات يعتقدن في أن فتيات التليفزيون Models لديهن حجم وشكل قوام مثالي

مقارنة بهن، وأنهن (المبحوثات) اتبعن نظام غذائي معين (ريجيم) من أجل التكيف مع هذا الشكل المثالي.[٤٢]

- ودراسة ماريتا ماككيب McCabe (٢٠٠١) والتي خلصت إلي أن الإناث يتأثرن بدرجة كبيرة بما تعرضه وسائل الإعلام فيما يتعلق بمدركاتهن عن صورة الجسم المثالي.[٤٣]

وهكذا يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء الإطار النظري للدراسة، حيث تشير نظرية الغرس وتؤكد الدراسات الخاصة بها إلي أن الأكثر تعرضاً للتليفزيون أكثر إدراكاً للواقع ككل ولمكونات هذا الواقع كما يعكسه التليفزيون، فالعالم الرمزي symbol world الذي يقدمه التليفزيون يصبح هو العالم الموضوعي objective world بالنسبة للمبحوثين.

كما يمكن تفسير النتيجة في ضوء نظرية التعلم الاجتماعي عن كون وسائل الإعلام بصفة عامة والتليفزيون بصفة خاصة يقدم نماذج سلوكية يمكن تقليدها والإقتداء بها، وفي هذه الدراسة يقدم التليفزيون الجسم النحيف باعتباره الجسم المثالي الذي يجب تقليده واستبطانه.

(٤) توجد علاقة عكسية بين حجم التعرض للتليفزيون ودرجة الرضا عن صورة الجسم

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مايرز وبيوكا Myers & Biocca (١٩٩٢) والتي خلصت إلي أن الأكثر تعرضاً للبرامج المهتمة بالموضة والإعلانات قد بالغوا في تقدير مقاييس أجسامهن، وقد كونوا صورة سلبية عن قوامهن.[٤٤]

ودراسة ديفيد وجونسون David & Johnson (١٩٩٨) والتي أشارت إلي أن الصورة المثالية التي تعرضها وسائل الإعلام تؤدي إلي تكوين مفاهيم خاطئة لدى الفتيات، كما أنها تؤدي إلي انخفاض تقديرهن لذواتهن.[٤٥]

ودراسة رينيه بوتا Botta (١٩٩٩) والتي خلصت إلي أن الأكثر تعرضاً من الفتيات للتليفزيون أقل رضا عن صورتهن.[٤٦]

ويمكن بصفة عامة تفسير هذه النتيجة في ضوء نظرية المقارنة الاجتماعيــة التي تفترض أن الأفراد الأكثر عرضة وتعرضاً لوسائل الإعلام أكثر قياماً بإجراء مقارنات جبرية مع الصور التي تعرضها وسائل الإعلام، وأن الصور التي تقدمها وسائل الإعلام للجسم النحيف الذي تقدمه باعتباره الجسم المثالي يجبر الأفراد علي عقد مقارنات آلية مع هذه الصور، وطبيعي أن تكون نتيجة المقارنة لصالح الصور التليفزيونية مما يجعل الأفراد اقل رضا عن صورتهم وعن أجسامهم.

هوامش الدراسة:

(1) Bracken, B. (1996) Clinical Applications of Multidimensional Model of self-concept. In Bracken, B.(Ed) ***Hand Book of self-concept.*** New York: John Wiley& sons, pp.36-90

(٢) أسامة سعد أبو سريع (١٩٩٨) مفهوم الذات: الإسهامات النظرية والبحوث الواقعية: مراجعة نقدية للدراسات العالمية والمحلية خلال الفترة من ١٩٨٥-١٩٩٧. ***دراسة غير منشورة***، جامعة القاهرة، كلية الآداب، قسم علم نفس، ص ص ١-٣

(٣) المرجع السابق، ص٤.

(٤) زينب محمود شقير (١٩٩٨) ***مقياس صورة الجسم: كراسة التعليمات***. مكتبة النهضة المصرية، ص١

(5) Michelle A. Wolf et al (1997) Mass Media, Body, Self: How women of different sexual orientations Relate to Mass Media's Construction of Body. ***Paper presented at the Annual Meeting of the Western states Communication Association, February 1997, Monterey, CA.***

(٦) محمد عماد الدين إسماعيل (١٩٨٦) ***اختبار مفهوم الذات للكبار: كراسة التعليمات***. الكويت، دار القلم، ص٣، ص ص ٩-١٠

(٧) صفوت فرج (١٩٩١) مصدر الضبط وتقدير الذات وعلاقاتهما بالانبساط والعصابية. ***دراسات نفسية***، رابطة الأخصائيين النفسيين المصرية "رانم"، ص٨

(8) Gross, R.(1992) ***psychology: The Science of Mind and Behavior*** (2nd ed) London, Hodder & Stoughton, pp.607-609.

(٩) حامد زهران (١٩٩٥) ***علم نفس النمو "الطفولة والمراهقة"***، القاهرة، عالم الكتب، ط٥، ص٢٩١

(١٠) ورد هذا التعريف في: علاء الدين كفافي، ومايسة النيال (١٩٩٦) صورة الجسم وبعض متغيرات الشخصية لدى عينات من المراهقات، دراسة ارتقائية ارتباطية عبر ثقافية. ***مجلة علم النفس***، العدد٣٩، ص٩

(١١) جابر عبد الحميد، علاء كفافي (١٩٨٩) ***معجم علم النفس والطب النفسي***، القاهرة، دار النهضة العربية، الجزء الثاني، ص٤٨٨

(١٢) زينب شقير (١٩٩٨) مرجع سابق، ص٢

(13) Hutchinson, M.G.(1982) Transforming Body Image: Your Body, Friend or Foe. ***Women and Therapy***, vol.3, pp.59-67

(14) Birtchnell, S.A. et al (1987) Body Image Distortion in Non Eating Disordered Women. ***International Journal of Eating Disorders.*** vol.6, no.3 pp.385-391

(15) Cash, T.F.& Brown, T.A. (1987) A Body Image in anorexia nervosa and bulimia nervosa – A Review of the literature. ***Behavior Modification,*** vol.11, pp.487-521

(16) Cash, T.F.& Hicks, K.L. (1990) Being fat, versus Thinking fat: Relationship with Body Image, Eating Behaviors and well-being. ***Cognitive Therapy and Research***, vol.14, pp.327-341

(١٧) فرج عبد القادر طه (٢٠٠٠) ***أصول علم النفس الحديث***. القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع،

(18) Fujioka, Y.(1999) Television portrayals and African American stereotypes: Examination of Television Effects when direct contact is lacking. ***Journalism and Mass communication Quarterly***, vol.76, no,1 pp.54

(19) Bradac, J.(1989) ***Message Effects in Communication Science.*** London, Sage publication, pp.270-271

(20) Fishbien, M.(1997) Predicting Understanding and Changing Socially Relevant Behaviors: lesson learned in Craig Mcgarty & Alexander Haslam (Eds) ***The message of social psychology***, U.K. Blackwell publishers, 2nd Edition, p.83

(21) Gerbner, G. (1990) Epilogue: Advancing on the Path of Righteousness, in Signorielli, N. & Morgan, M (Eds) ***Cultivation Analysis: New Direction of Media Effects Research***, London, Sage publication, p.260.

(22) Morgan, M.& Signorielli, N.(1990) Cultivation Analysis: New Direction of Media Effects Research, in: Signorielli, N. & Morgan, M. (Eds) ***op.cit***, p.19

(٢٣) بارعة حمزة شقير (١٩٩٨) تأثير التعرض للدراما الأجنبية علي إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي. ***رسالة دكتوراه غير منشورة***، القاهرة، كلية الإعلام- قسم الإذاعة. ص ص ١٥-١٨

(24) Festinger, L. (1954) A Theory of Social Comparison Process. ***Human Relations,*** vol.11, p.140

(25) Bryant, J.& Rock well S.C. (1994) Effects of Massive Exposure to Sexual Oriented Prime Time Television Programming on Adolescents Moral Judgment. In: Zilmann, et al (Eds) ***Media Children and the Family: Social Scientific, psychodynamic and Clinical Perspectives***. Hillsadale: NJ. Erlbaum, pp.183-198

- Gothals, G.R. (1986) Social Comparison Theory: ***Psychology Bulletin***, vol.12, No.3 pp.261-278

(26) Garner, D. et al (1983) Development and Validation of a Multidimensional Eating Disorder Inventory for Anorexia Nervosa and Bulimia. ***International Journal of Eating Disorders,*** vol.2, pp.15-34

(27) Gortmaker, S. et al (1993) Social and Economic Consequences of Over Weight in Adolescence and Young Adulthood, ***New England Journal of Medicine***, vol.329, pp.1008-1012

(28) Meyers, P. & Biocca, F. (1992) The Elastic Body Image: An Experiment On The Effect Of Advertising And Programming On Body Image Distortions In Young Women. ***Journal of communication***, vol.42, pp.108-133

(29) Heinberg, L. & Thompson, K. (1992) Social Comparison: Gender, Target Importance Ratings And Relation to Body Image Disturbance. ***Journal of Social Behavior and Personality***, vol.7, pp.335-344

(30) Stice, E.& Shaw, H. (1994) Adverse Effects Of The Media Portrayed Thin- Ideal On Women And Linkages To Bulimic Symptomatology. ***Journal of social and clinical psychology***, vol.13, pp.288-308

(31) Stice et al (1994) Relation Of Media Exposure To Eating Disorders Symptomatology, An Examination of Mediating Mechanisms. ***Journal of Abnormal psychology***, vol.103, pp. 836-840

(32) Harison, K. & Cantor, J. (1997) The Relationship Between Media Consumption And Eating Disorders. ***Journal of Communication***, vol.47, no.1, pp.40-67

(33) Wolf, Michalle et al (1997) ***op.cit***.

(34) David, B. & Johnson, M.(1998)

(35) Wagener, J. et al (1998) The Effect Of Media Analysis In Attitudes And Behaviors Regarding. Body image among college students. ***Journal of American College Health***, vol.47. no.1, p.29-36

(36) McCreary, D. & Sadava, S. (1999) Television Viewing And Self-Perceived Health, Weight and Physical Fitness: Evidence for The Cultivation hypothesis. ***Journal of Applied Social Psychology***, vol.29, no.11, pp.2342-2361

(37) Botta, R. (1999) Television Images and Adolescent Girl's Body Image Disturbance. ***Journal of Communication***, spring, pp.22-41

(38) Brewis, A. (1999) The Accuracy Of Attractive Body-Size Judgment. ***Current Anthropology***, vol.40, no.1, p.548

(39) McCabe, M. et al (2001) Parent, Peer and Media Influence on Body Image and Strategies to Both Increase and Decrease Body Image Size Among Adolescent Boys and Girls. ***Adolescence***, summer, vol.36, issue 142, pp.225-250

(40) Heinberg, L. & Thompson, K. (1992) ***op.cit.***, pp.335-344

(41) Stice et al (1994) ***op.cit.***, pp.836-840

(42) Wagener et al (1998) ***op.cit.***, pp.29-36

(43) McCabe, M. et al (2001) ***op.cit.***, pp.225-250

(44) Meyers, P. & Biocca. F. (1992) ***op.cit.***, pp.108-133

(45) David, B. & Johnson. M. (1998) ***op.cit***

(46) Botta, R. (1999) ***op.cit.***, pp.22-41

الفصل السابع

تأثير التعرض لشريط الأنباء المصاحب لنشرات الأخبار التليفزيونية

على فهم الجمهور وتذكره للمضامين الإخبارية

دراسة تجريبية عاملية

الفصل السابع

تأثير التعرض لشريط الأنباء المصاحب لنشرات الأخبار التليفزيونية على فهم الجمهور وتذكره للمضامين الإخبارية

دراسة تجريبية عاملية

ملخص:

تتعرض هذه الدراسة لقياس تأثير مضمون شريط الأنباء على مستوى فهم وتذكر الجمهور للمضامين الإخبارية، سواء من حيث تنوع هذا المضمون أو من حيث عدد أشرطة الأنباء المعروضة أو نوع الجمهور المتلقي. وذلك باستخدام منهج تجريبي لقياس هذا التأثير لمحاولة بناء مؤشرات يمكن الاعتماد عليها في دراسة مجموعة من المتغيرات المختلفة.

مقـــدمة:

إذا كان الانفجار المعرفي هو أحد المظاهر البارزة للعولمة، فإن ما يمكن تسميته بالانفجار الفضائي هو أحد التجليات الأكثر وضوحاً لهذا الانفجار المعرفي. فخلال عشر سنوات تقريباً – منذ منتصف التسعينيات من القرن الماضي وحتى الآن – زاد عدد القنوات التي يستقبلها الفرد في منزله من مائة قناة كحد أقصى في منتصف التسعينيات إلى ما يقرب من ١٠٠٠-١٥٠٠ قناة في الوقت الحالي، بمتوسط زيادة سنوية تقدر بـــ ١٠٠%. ولعل زيادة عدد الأقمار الصناعية التي تم إطلاقها، خاصة أقمار البث المباشر إلى البيوت **Direct To Home**، والاتجاه الكلي إلى النظام الرقمي وما يتضمنه من تفعيل لخاصية الضغط الرقمي **Digital Compression**، إضافة إلى الرغبة المتزايدة والمتنامية في استهلاك أكبر عدد من المخرجات الإعلامية أن تكون أسباباً لهذا الانفجار[١].

ولقد شهدت مرئيات الفضائيات العربية في العقدين السابقين على وجه التحديد طفرة هائلة في مدى اعتماد المتلقى العربى عليها كمصدر رئيسى لمعلوماته واتجاهاته السياسية والفكرية المختلفة... وارتبط ذلك مع تنامى ما يسمى بظاهرة الانفجار والانفتاح الفضائى **Media Explosion**[٢].

وتشير نتائج كثير من الدراسات إلى أن المضمون الإخباري يتصدى قائمة المضامين التي يتعرض لها الأفراد بحكم رغبتهم الفطرية في معرفة ما يحدث في البيئة المحيطة لهم، وبحكم التطور الهائل الذي شهدته الخدمة الإخبارية في السنوات الأخيرة سواء من حيث أساليب الجمع أو طرق التحرير أو أشكال التوصيل(٣).

ومن الخدمات الإخبارية الجديدة التي انتشرت في كافة القنوات العامة والمتخصصة خدمة الإحاطة الجارية والفورية من خلال ما يسمى بشريط الأنباء المتحركة **BarNews** وهو عبارة عن شريط ملون متحرك أسفل الشاشة يتضمن أهم الأنباء الواردة للمحطات في المجالات السياسية والاقتصادية والرياضية وغيرها، إضافة إلى أحوال الطقس ودرجات الحرارة(٤).

وتشير نتائج بعض الدراسات السابقة إلى أن نسبة كبيرة من المشاهدين يتعرضون لشريط الأنباء (٦١,٢%) وأن (٣٧,٢%) يعتبرونه مصدراً أساسياً للتعرف على الأنباء. وتتمثل أهم أسباب التعرض له في تعرف الأنباء العاجلة، ومتابعة تداعيات أحداث متعددة تناولتها خدمات إخبارية أخرى، وتعرف معلومات معينة مثل أحوال الطقس، والمتابعة السريعة للأخبار بدلاً من متابعة النشرات المفصلة، ومجرد عادة تكونت بسبب تكرار عرض الشريط على الشاشة(٥).

وعلى الرغم من المزايا التي توفرها هذه الخدمة (شريط الأنباء) ومنها:-

- جعل المشاهد في بؤرة الأحداث ومتابعاً أولاً بأول لكل ما يطرأ من أحداث.
- كسر قاعدة أنه على المشاهد أن ينتظر موعد النشرة الثابتة لمعرفة آخر الأنباء أو تداعياتها.
- الاستفادة من الأماكن الميتة **Dead Areas** في الصورة التليفزيونية واستغلالها في تقديم خدمات إحاطة جارية وفورية للأحداث.

على الرغم من ذلك فإن هناك بعض السلبيات المترتبة عليها، ومنها:-

- ازدحام الشاشة بكثير من التفاصيل التي قد يصعب استيعابها بصورة متوازية.
- ضياع جزء كبير من الشاشة (المضمون المرئى) وافتقاد بعض الصور المرئية لعنصر الجاذبية نتيجة تآكل جزء كبير منها.

- تشتت انتباه المشاهدين وعدم قدرتهم على التركيز الكامل في المضمون المرئى المقدم.

وتحاول هذه الدراسة إلقاء الضوء على طبيعة تأثيرات هذه الأشـرطة علـى درجة فهم وتذكر المشاهدين للمضامين الإخبارية المقدمة في القنوات التي تقدم هذه الخدمة.

تحديد المشكلة البحثية:

شهدت النشرات الإخبارية في السنوات الأخيرة تطورات فنيـة وتكنولوجيـة كبيرة بدءاً من جمعها News Gathering ومروراً بتحريرها Editing وانتهـاءاً بتقديمها على الشاشة. ومن هذه التطورات خدمة "شريط الأنباء" ولقد درجت معظم القنوات التي تقدم هذه الخدمة على أن يكون هناك شريط أنباء واحد أسفل الشاشـة يتم من خلاله إمداد المشاهدين بآخر الأنباء أو بتداعياتها الحديثة، غيـر أن الأمـر تطور وأصبح هناك شريطان: شريط أساسى وآخر إضافى لعرض أخبار البورصة أو درجات الحرارة. ثم أضيف شريط ثالث لعرض الأنباء العاجلة وعادة ما يكون باللون الأحمر، إضافة إلى شريط آخر يحوى عنواناً للخبر الذي يتم تقديمه علـى الشاشة.

على هذا فقد أصبحت الشاشة مزدحمة وبها كثير من التفاصيل التي يجب على المشاهد الإلتفات إليها، ويمكن أن تؤثر هذه التفاصيل على قدرة المشاهد على فهـم هذه المضامين وتذكرها. وهنا يطرح السؤال عن طبيعة هذه التأثيرات: هـل هـي سلبية أم إيجابية ؟

وعلى هذا تتحدد مشكلة الدراسة في اختبار تأثير هذه الأشرطة الإخبارية على درجة فهم وتذكر المضامين الإخبارية بموضوعاتها المختلفة وبقوالبهـا المتعـددة، وصولاً إلى تحديد الإسهام الذي تقدمه هذه الخدمة في زيادة المعرفة.

أهداف الدراسة:

تمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

١. قياس مستوى فهم وتذكر الجمهور للمضامين الإخبارية المقدمة له.
٢. اختبار تأثير نوع المضمون على مستوى فهم وتذكر الجمهور للمضامين الإخبارية المقدمة له.
٣. اختبار تأثير عدد الأشرطة الإخبارية المقدمة على مستوى فهم وتذكر الجمهور للمضامين الإخبارية المقدمة له.
٤. اختبار تأثير نوع المبحوث على مستوى فهم وتذكر الجمهور للمضامين الإخبارية المقدمة له.
٥. اختبار تأثير التفاعل بين عدد الأشرطة الإخبارية وطبيعة الموضوعات ونوع المبحوثين على مستوى الفهم والتذكر للمضامين الإخبارية.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة مما يلي:

١. جدة موضوع الدراسة، وعدم وجود دراسات كافية حول هذا الموضوع.
٢. جدة التصميم التجريبى التي ستستخدمه الدراسة على النحو الذي سيتم توضيحه لاحقاً.
٣. إمكانية الاستفادة من نتائجها في تطوير العمل الإخبارى بالنسبة للقائمين بالاتصال، وفى فهم محددات التأثير بالنسبة للباحثين.

تقسيم الدراسة:

يمكن عرض مخرجات الدراسة على النحو التالي:

أولا: الإطار النظرى للدراسة.

ثانيا: الدراسات السابقة.

ثالثا: الإطار المنهجي للدراسة.

رابعاً: نتائج الدراسة واختبار الفروض.

خامساً: مناقشة نتائج الدراسة.

أولا: الإطار النظرى للدراسة، نظرية تمثيل المعلومات:

كانت تطورات الحاسب الآلى منذ الخمسينيات عاملاً رئيسياً في ظهور نظرية "تمثيل المعلومات" Information Processing حيث اعتمد الباحثون على أسلوب عمل الحاسب في تطوير فروض هذه النظرية، فمعالجة الحاسب للبيانات تتضمن مجموعة من العمليات التي تبدو شبيهة في أسلوب عملها بالنظام البشرى في التعامل مع رموز البيئة المحيطة، فهى تتضمن: مدخلات، ومعالج مركزى شبيه بالمخ البشرى، ومخرجات.

وقد طرح نيويل وسيمون Newell & Simon منذ عام ١٩٥٨ مقارنات للتعامل مع المعلومات في كل من الحاسب الآلى والذهن البشرى، وافترضا أن البشر يمارسون نشاطهم الإدراكى على أساس أنظمة تمثيل معلومات تتضمن الذاكرة التي تحتوى على بناء للرموز وأنظمة استرجاع للمعلومات، مع الأخذ في الاعتبار أن الذاكرة البشرية لها قدرة تخزين غير محدودة(٦).

ويمكن تحديد الفروض التي مثلت الأساس النظرى المشترك الذي انبثقت عنه النماذج المختلفة لتمثيل المعلومات في الآتى:

- الذاكرة البشرية نظام معقد به أكثر من نظام، وليست مجرد شئ وسيط بين المنبهات التي تقدم للفرد واستجابته لها، فالنظر إلى الذاكرة على أنها التذكر وحسب يعتبر تبسيطاً لا يلائم طبيعة تكوين الذهن البشرى.
- البشر ممثلون نشطون للمعلومات Active Processors وليسوا مجرد متلقين سلبيين، وهم على مر الوقت يطورون استراتيجيات عديدة للتعامل مع المعلومات، هذه الاستراتيجية ضرورية لأن البشر محدودون من حيث قدرتهم على تمثيل المعلومات.
- يحدث النشيان ليس فقط تبعاً لفقد المعلومات من الذاكرة بل لفقدها داخل الذاكرة، فقد تكون المعلومات موجودة بالفعل ولكن قد تخفق عمليات الاسترجاع لعدم استخدام الأدلة والمفاتيح الاسترجاعية الملائمة(٧).

ويمكن تقسيم نماذج الذاكرة إلى نوعين رئيسيين هما:

- نماذج الذاكرة كبناء يمرر المعلومات من مخزن إلى آخر مثل نموذج وونورمان ونموذج أتكنسون وشفرين، ونماذج الذاكرة الدلالية، ونموذج الذاكرة طويلة المدى، ونموذج الذاكرة المترابطة.
- نماذج الذاكرة كعملية مستمرة تحلل المعلومات وتخزنها تبعاً لمستوى المعالجة المستخدم، ومن أبرزها: نموذج كريك ولوكهارت[٨].

تمثيل أخبار التليفزيون:

تعتبر أخبار التليفزيون من المنبهات المربة التي تدمج المعلومات اللفظية مع المرئية، هذه المعلومات تقدم بشكل حدثي ذى ترتيب مؤقت ومرتبط بسياق يميزها، ولكن عند دمج هذه المعلومات في الذاكرة طويلة المدى تتحول إلى معلومات دلالية مجردة من سياق تعلمها، وهو الأمر الذي يجعل من نظرية تمثيل المعلومات إطاراً ملائماً لدراسة العمليات المصاحبة لتذكر وفهم هذه المنبهات المركبة[٩].

ويتيح مفهوم الذاكرة الدلالية تفسيراً أدق لعمليات الفهم المصاحبة للتعرض لمعلومات دلالية ذات معنى مثل الأخبار، حيث تشير نماذج الذاكرة الدلالية إلى أن عملية الفهم هي عبارة عن تفاعل بين المعلومات الواردة والمعلومات المختزنة في الشبكة الدلالية للذاكرة، وبالتالي فإن كثرة نقاط لقاء الشبكة الدلالية أو ما يعرف بالمعرفة المخزنة عامل مؤثر على درجة الفهم حيث يتفاوت الأفراد في درجة الفهم تبعاً لهذا العامل.

ويعتبر نموذج البناء **Schema** ملائماً لتفسير عملية فهم الأفراد للأخبار، ويفسر هذا الاتجاه عملية الفهم على أنها علاقة بين المعنى المدرك للمنبه والمعرفة المختزنة لدى الفرد، ومن ثم فإن الأخبار لا تتضمن معاني في حد ذاتها وإنما تقدم توجيهات للمتلقي لاستخدام المعرفي المختزنة لاسترجاع أو بناء المعنى، وكذلك يتيح للفرد تكوين استنتجات عن جوانب الخبر حتى في حالة عدم وجود معلومات تعين على ذلك[١٠].

ثانيا: *الدراسات السابقة*:

تعددت الدراسات التي حاولت اختبار تأثير الأشكال البرامجية ومستجداتها على عدة أبعاد معرفية ونفسية مثل الذاكرة، الفهم، التقييم، الاستمرارية

البصرية، التفاعل، الإدراك... ويمكن عرض نماذج لهذه الدراسات على النحو التالي:

١. دراسة أحمد فاروق رضوان (٢٠٠٤) وعنوانها "اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات" وتهدف إلى التعرف على درجة اعتماد الجمهور على شريط الأخبار كأحد الخدمات الإخبارية المستحدثة. والتعرف على مدى تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد. وتم إجراء الدراسة على عينة قوامها ٢٥٠ مفردة من سكان القاهرة، وخلصت الدراسة إلى ارتفاع نسبة الذين يعتبرون شريط الأخبار مصدراً أساسياً للأخبار خاصة عند وقوع أحداث معينة، وعن أسباب الاعتماد على شريط الأنباء جاء التعرف على الأنباء العاجلة والمتابعة السريعة للأخبار في مقدمة الأسباب التي تدفع الجمهور للاعتماد على شريط الأنباء[١١].

٢. دراسة آنى لانج وآخريات **Annie Lang (2005)** وعنوانها "تأثيرات طول القصة وسرعة الإنتاج في الأخبار التليفزيونية المحلية على سلوك تغيير القناة واستيعاب المعلومات في بيئة تتسم بحرية الاختيار" وتهدف إلى دراسة ما إذا كان طول القصة الإخبارية وسرعة الإنتاج يؤثران على سلوك تغيير القنوات لدى البالغين الأصغر والأكبر سناً، حيث استخدم المشاهدون جهاز التحكم في القنوات عن بعد (الريموت كنترول) للاختيار بين أربعة برامج إخبارية محلية تختلف فيما بينها من حيث طول القصة والسرعة. وبشكل عام وجدت الدراسة أن السرعة وطول القصة لهما تأثيرات أكبر على المشاهدين الأصغر سناً، وأن الإيقاع السريع يزيد من تقييمات المشاهدين للبرامج الإخبارية، وارتبط التغيير المتكرر للقناة بوجود جهد إدراكي وتذكر أقل[١٢].

٣. دراسة باربارا ويلسون وأخريات **Barbara Wilson (2005)** وعنوانها "ردود الأفعال الخائفة لدى الأبناء والآباء تجاه قصص الاختطاف في الأخبار" وهي دراسة مسحية تم إجراؤها على ١٨٢ شخص من الآباء لتقييم ردود أفعالهم وكذلك ردود فعل أبنائهم على القصص المتعلقة بالاختطاف في نشرات الأخبار. وقد وجدت الدراسة أن الآباء كانوا أكثر ضيقاً بالقصص من أبنائهم، وكانت

استجابات الخوف لدى الآباء واستراتيجيات السيطرة **Coping strategies** أكثر انتشاراً بين هؤلاء الذين ينتبهون بشكل أكبر للقصص الإخبارية وبين هؤلاء الذين يشاهدون بانتظام البرامج التليفزيونية عن الأشخاص المختطفين(١٣).

٤. دراسة رشا قمحاوى (٢٠٠٤) وعنوانها: "التوافق في الرسائل المسموعة المرئية: أثره على الذاكرة، الفهم، اختيار القناة والتقييم" وتهدف إلى اختبار أثر عدم التوافق الوجدانى على تذكر المعلومات اللفظية والمرئية وفهم الحقائق الأساسية في الرسالة الإخبارية، وتم إجراء دراسة تجريبية على ثمانى مجموعات تجريبية تعرضت كل مجموعة إلى نوع من أنواع الرسائل (المتوافقة، غير المتوافقة) وخلصت الدراسة إلى وجود اختلافات دالة إحصائياً في مستوى التذكر بين المجموعات التي تعرضت للرسائل المتوافقة والمجموعات التي تعرضت للرسائل غير المتوافقة، كذلك فقد تم إدراك الرسائل المتوافقة على أنها أسهل في الفهم مقارنة بالرسائل غير المتوافقة(١٤).

٥. دراسة سوزان زوكيرمان **Susan Zuckerman (2004)** وعنوانها "التقنيات الصحفية في مقابل التقنيات الفيلمية في الأخبار التليفزيونية: أثر التواصل البصرى والانتباه للصور المرئية على أحكام المشاهدين على خصائص القصة وتذكرها" وهى دراسة تجريبية تم إجراؤها بطريقة التصميم العاملى ٢×٢×٢ وذلك بهدف اختبار العلاقة بين الاستمرارية البصرية وإدراك واقعية القصة الإخبارية، والقدرة على تذكر المعلومات المقدمة في نشرات الأخبار، وخلصت الدراسة إلى أن متغير الاستمرارية البصرية وارتباط اللقطات ببعضها البعض قد تكون العامل الأكبر في زيادة المصداقية وفى تذكر المعلومات المقدمة في النشرات الإخبارية(١٥).

٦. دراسة إيملى موير **Emily Moyer (2003)** وعنوانها "أساليب تقليل مستوى الخوف لدى الأطفال الناتجة عن مشاهدة نشرات الأخبار" وهدفت الدراسة إلى تقييم استراتيجيات السيطرة **Coping Strategies** التي يستخدمها الآباء لتقليل مخاوف الأطفال الناتجة عن نشرات الأخبار التليفزيونية حول الحرب الأمريكية على العراق، وتم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ١٦١ فرد من الآباء

بولاية ميتشجان الأمريكية، وخلصت الدراسة إلى أن الآباء الذين تتراوح أعمار أبنائهم بين ٥-٨ سنوات سوف يستخدمون استراتيجيات غير إدراكية (غير معرفية) بشكل أكبر، في حين أن الآباء الذين تتراوح أعمار أبنائهم بين ٩-١٢ سنة سوف يستخدمون الاستراتيجيات الإدراكية (المعرفية) بشكل أعلى (أكبر)(١٦).

٧. دراسة لين ميللر **Lynn Miller (2003)** وعنوانها "تأثير الأخبار التليفزيونية المباشرة والمسجلة **Breaking** والعاطفية على انتباه المشاهدين وتذكرهم" وتم إجراؤها بهدف اختبار تأثير القصص الإخبارية التليفزيونية المقدمة على الهواء والمسجلة والتي تتكون من مشاهد عاطفية (مؤثرة) على انتباه المشاهدين وتذكرهم. وقد خلصت الدراسة إلى أن نشرات الأخبار التي تقدم على الهواء (حية) أكثر فعالية وتحظى بانتباه المشاهدين، في حين أن تعلق المعلومات بالذاكرة يمكن أن يحدث من خلال المشاهد المرئية (العاطفية) المتضمنة في الرسائل. كما خلصت الدراسة إلى أن الانتباه إلى القصص التي تبعث على الاستياء كان أكبر من الانتباه إلى القصص المثيرة للخوف، وأن تذكر القصص المثيرة للاستياء كان أقل من تذكر القصص المثيرة للخوف(١٧).

٨. دراسة آنى لانج وآخريات **Annie Lang (2005)** وعنوانها "جعل الأخبار قابلة للتذكر، تطبيق النظرية على إنتاج نشرات إخبارية تليفزيونية محلية" وتقارن هذه الدراسة تجريبياً بين القصص التي تذاع على الهواء في النشرات الإخبارية المحلية في الولايات المتحدة، والقصص التي تجرى لها عملية مونتاج وتضاف لها بعض التصميمات لجعل هذه القصص أسهل للفهم وأكثر جذباً وإثارة. وأظهرت نتائج الدراسة أن القصص التي تجرى لها عملية مونتاج تكون أفضل من حيث التذكر والتقييم وأكثر جذباً للانتباه وتحقيقاً للإثارة(١٨).

٩. دراسة ماريا جراب وأخريات **Maria Grabe** وعنوانها "الشكل والمضمون الإخبارى، فروض حول التذكر وتقييمات الجمهور" وتهدف هذه الدراسة إلى اختبار التأثيرات المختلفة للشكل والمضمون على استيعاب المعلومات وتقييم المشاهد للأخبار التليفزيونية.. وأشارت النتائج إلى أن المؤثرات الخاصة بأشكال إنتاج التابلويد **Tabloid** تزيد من تذكر الموضوعات الإخبارية

(الهادفة) غير أنها تشكل عبئاً على نظام استيعاب المعلومات في حالة تطبيقها على المضمون الإخبارى المثير، وأظهرت النتائج أن الأشكال الرسمية **Formal** تؤثر على المعانى التي يشتقها المشاهدون من المضمون الإخبارى، وأنهم يقيمون الأخبار الموضوعة في شكل تابلويد بأنها أقل موضوعية وأقل مصداقية عن القصص التي ليس لها هذا الشكل الدرامى(١٩).

١٠. دراسة أدريان فورنهام وآخرون **Adrian Furnham (2003)** وعنوانها "تذكر الأطفال والبالغين لقصص الأطفال الإخبارية في كل من وسائل التقديم المطبوعة والمسموعة والمرئية" وتهدف إلى مقارنة تذكر الأطفال البالغين لقصص الأطفال الإخبارية المقدمة في وسيلتين مختلفتين: التليفزيون والمطبوعات، وذلك من أجل معرفة ما إذا كان تذكر الأطفال للتليفزيون يعتمد على أعمارهم أو مستوى إجادة القراءة، وأشارت نتائج اختبار التذكر إلى أن الأطفال تعلموا من الأخبار التليفزيونية بشكل أكبر من تعلمهم من النسخ المطبوعة، بغض النظر عن السن أو إجادة القراءة، كما أشارت إلى أن البالغين تذكروا الأخبار بنفس القدر من كلا الوسيلتين(٢٠).

١١. دراسة ويليام إيفلاند وآخرون **William Eveland (2002)** وعنوانها "التعلم من الأخبار في الحملة الانتخابية لعام ٢٠٠٠. مقارنة تجريبية بين الأخبار التليفزيونية والصحف وأخبار الإنترنت" وتم إجراء الدراسة على عينة مكونة من ٥٩ طالب جامعى (متوسط العمر = ٢١ سنة). وخلصت الدراسة إلى أن وسيلة الاتصال قد يكون لها تأثيرات مختلفة اعتماداً على نوع التعلم الذي تم قياسه، وكذلك فإن التليفزيون والصحف المطبوعة كانوا أفضل من حيث تذكر القصص الإخبارية، مقارنة بالصحف المنشورة على الإنترنت، غير أن الصحف المنشورة على الإنترنت كانت أفضل في بناء معرفة بالانتخابات مقارنة بأخبار التليفزيون والأخبار المطبوعة(٢١).

١٢. دراسة جيفرى جيبونز وآخرون **Jeffrey Gibboenes (2002)** وعنوانها "تأثيرات الجانب القصصى **Story Effect** ودور القصة على تذكر المبحوثين لنوع الشخصية في القصص الإخبارية" وتم تطبيقها على ٩٩ مفردة ممن تتراوح أعمارهم بين ١٨-٢٢ سنة، وخلصت الدراسة إلى أن المبحوثين

تذكروا نوع الشخصيات الأساسية والمساعدة بشكل أفضل عندما كانت الشخصيات الأساسية نسائية تقوم بأفعال سلبية، وتذكروا نوع الشخصيات بشكل أفضل عندما كانت الشخصيات الأساسية رجالاً يقومون بأفعال إيجابية(٢٢).

١٣. دراسة هيلين أندريسون **Helen Anderson (2002)** وعنوانها: "الأخبار التليفزيونية كعمل تفاعلي" وتدور الفكرة العامة للدراسة حول أنه يمكن رؤية البرامج الإخبارية كأعمال درامية بحيث يلعب المشاركون فيها أدواراً محددة، ويؤدي المشاركون هذه الأدوار أمام أعين المشاهدين. وأظهرت الدراسة من خلال تحليل المضمون أن مذيع النشرة يقوم باستخدام مجموعة متنوعة من الجمل السياقية **Contextualization Cues** ويعمل على تفاعل الوسائل اللفظية وغير اللفظية لتحقيق التواصل مع المشاهدين، على سبيل المثال: الضمائر، الابتسامات، التحيات، ووسائل التذكير **Reminders**(٢٣).

١٤. دراسة بروك لي بارنيت **Barnett (2001)** وعنوانها "تأثيرات التصوير المرئي والسمعي للمتهم في قصص الجرائم التليفزيونية على إدراك الجمهور للتهديد والجريمة" وتهدف إلى اختبار تأثير تصوير المتهم في جريمة ما في الأخبار التليفزيونية على تقييم المشاهد وتذكره للتفاصيل الخاصة بالقصة. وتم تطبيق الدراسة على ٤٠ مبحوثاً قاموا بمشاهدة ٧ قصص إخبارية تليفزيونية عن جرائم، وأظهرت النتائج أن المبحوثين الذين شاهدوا المشاهد التليفزيونية المتحيزة قيموا المتهم على أنه أكثر تهديداً وخطورة وأنه مذنب مقارنة بالذين لم يشاهدوا هذه المشاهد، كما أنهم كانوا أكثر تذكر للتفاصيل بعد أسبوعين من مشاهدتهم(٢٤).

١٥. دراسة حسن محمود عبد النبي (٢٠٠١) وعنوانها "أثر الرسوم المصممة بالكمبيوتر (الجرافيك) ومدى تعقد القصة على التذكر والفهم: دراسة تجريبية للأخبار التليفزيونية في الكويت" وتركز الدراسة على العمليات الإدراكية الخاصة بالفهم والتذكر من الأخبار التليفزيونية. وتم تطبيق الدراسة التجريبية على عينة من ٩٠ مبحوثاً مقسمين إلى ست مجموعات تجريبية شاهدوا قصة إخبارية عن تحطم طائرة مصر للطيران ٩٩٠ قبالة السواحل الأمريكية، وبشكل عام فقد لوحظ درجات أعلى من الفهم والتذكر لدى كل من:-

- المجموعات التي تعرضت لكل من الرسوم الثابتة والرسوم المتحركة.
- المجموعات التي تعرضت للرسوم المتحركة عن المجموعة التي تعرضت للرسوم الثابتة.
- المجموعات التي تعرضت للصيغة البسيطة للقصة الإخبارية(٢٥).

١٦. دراسة يوكي فوجيوكا (2000) **Yuki Fu Jioka** وعنوانها: "الاستجابات الوجدانية والمعرفية للتصوير التليفزيوني للأقلية: تأثيرات الأخبار التليفزيونية على إدراك الأمريكيين المكسيكيين لأعضاء جماعتهم" وتهدف إلى اختبار تأثير التصوير الإخباري التليفزيوني للأمريكيين المكسيكيين على إدراك المشاهدين الأمريكيين المكسيكيين لجماعتهم، وتم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ٥١ طالب جامعي تم تقسيمهم إلى ١٢ مجموعة تجريبية، ووجدت النتائج تأثيراً كبيراً للإثارة على الانتباه والتذكر، حيث زادت الرسائل المثيرة من الانتباه وحسنت من أداء التذكر، على الرغم من أن الرسائل لم تؤثر على إدراك المبحوثين الأمريكيين المكسيكيين لجماعتهم(٢٦).

١٧. دراسة جيسكا بورتان هاريل (2000) **Jessica Purtan Harrel** وعنوانها: "الاستجابات العاطفية للأخبار التليفزيونية" وتم تطبيق الدراسة على أربع مجموعات تجريبية، حيث شاهدت مجموعة نشرة بها قصص إخبارية سلبية فقط، وشاهدت مجموعة نشرة بها قصص إخبارية إيجابية فقط ونشرة بها قصص إيجابية وسلبية معاً. وأظهرت نتائج الدراسة أن مشاهدي الأخبار السلبية أظهروا ارتفاعاً في مستوى الشعور بالقلق، بينما أظهر مشاهدوا الأخبار الإيجابية انخفاضاً في مستوى الشعور بالقلق، ولم تؤد مشاهدة الأخبار المختلطة إلى تغييرات مزاجية، في حين لم يؤثر المضمون الإخباري على القدرة على التذكر(٢٧).

١٨. دراسة مولين فان دير ولما وآخرون (2000) **Molen Walma** وعنوانها: "تأثير التليفزيون والصحف والراديو على تذكر الأطفال للأخبار: دراسة لثلاث تفسيرات بديلة لفروض التكويد المزدوج **Dual Coding**، وتشير الدراسة إلى وجود ثلاث بدائل تفسيرية ترجع تذكر الأطفال الفائق للأخبار التليفزيونية إلى:-

- الاستخدام القليل للوسائل المطبوعة.
- تميز التذكر بالاستماع مقارنة بالقراءة.
- القدرة الضعيفة على القراءة.

ووجدت الدراسة أنه تم تذكر المواد التليفزيونية بشكل أفضل من أي من المواد الأخرى، وهو ما يتفق مع فرضية الترميز المزدوج(٢٨).

١٩. دراسة بارى جانتر **Barrie Gunter** وأخريات وعنوانها: "تذكر الأطفال للأخبار: مقارنة بين ثلاث وسائل إعلامية" وهى دراسة تجريبية تهدف إلى مقارنة تعلم الأطفال للمعلومات الإخبارية من التليفزيون في مقابل تعلمهم من الراديو فقط أو النص المطبوع لنفس المضمون" وتم إجراء الدراسة على عينة مكونة من ١٦٦ طفلاً تتراوح أعمارهم بين ١٠-١١ سنة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الأطفال قد تعلموا من الأخبار التليفزيونية بشكل أكبر من تعلمهم من النسخ المسموعة المطبوعة بغض النظر عن مدى إجادتهم للقراءة. ووجد أن تميز التليفزيون كان فقط بالنسبة للمعلومات التي صاحبتها حوار متوافقة في النسخة التليفزيونية، وهو ما يدعم فرضية التكويد المزدوج **Dual Coding Hypothesis**(٢٩).

تعليق عام على الدراسات السابقة:

من عرض الدراسات السابقة يمكن الإشارة إلى ما يلي:

١. قلة الدراسات التي تناولت الشريط الإخبارى بصفة أساسية كشكل جديد ومستقل من أشكال العمل الإخبارى مقارنة بكثرة الدراسات التي أجريت حول الأخبار التليفزيونية.

٢. غلبة الطابع التجريبى على الدراسات التي حاولت قياس الفهم والتذكر، ولعل المنهج التجريبى هو أفضل المناهج العلمية في هذا المجال مقارنة بالمسح أو التاريخ، حيث إن تحليل مسارات وتفاعلات المتغيرات يكون أكثر بروزاً وفاعلية في الدراسات التجريبية.

٣. قلة الدراسات العربية في هذا المجال، على الرغم من بروز الأشرطة الإخبارية في معظم القنوات العامة والمتخصصة، الأرضية والفضائية.

٤. إتفاق معظم الدراسات السابقة على اختيار مدخل تمثيل المعلومات كمنطلق فكرى ونظرى لها وهو ما استخدمته هذه الدراسة.

ثالثا: الإطار المنهجي للدراسة:

فروض الدراسة:

*** فروض خاصة بعدد الأشرطة الإخبارية:**

١. يختلف متوسط درجات الفهم بين المبحوثين تبعاً لعدد الأشرطة الإخبارية المستخدمة في النشرة.

٢. يختلف متوسط درجات التذكر بين المبحوثين تبعاً لعدد الأشرطة الإخبارية المستخدمة في النشرة.

*** فروض خاصة بنوع النشرة وطبيعة الموضوعات بها:**

٣. يختلف متوسط درجات الفهم بين المبحوثين باختلاف نوع النشرة وطبيعة الموضوعات بها.

٤. يختلف متوسط درجات التذكر بين المبحوثين باختلاف نوع النشرة وطبيعة الموضوعات بها.

*** فروض خاصة بنوع المبحوثين:**

٥. يختلف متوسط درجات الفهم بين المبحوثين باختلاف النوع (الذكور – الإناث).

٦. يختلف متوسط درجات التذكر بين المبحوثين باختلاف النوع.

*** فروض خاصة بالعلاقة بين الفهم والتذكر:**

٧. توجد علاقة ارتباطية إيجابية (طردية) بين مستوى الفهم ومستوى التذكر.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على المنهج التجريبي **Experimental Method** باعتباره أنسب المناهج لقياس التأثيرات، أو على الأقل لمحاولة بناء مؤشرات يمكن الاعتماد عليها والثقة بها بشأن العلاقة بين المتغيرات المختلفة.

أسلوب الدراسة:

توجد أساليب متعددة للدراسات التجريبية تتنوع ما بين البساطة والتعقيد، وتعتمد على هدف البحث من ناحية وعلى الإمكانات المادية والفنية المتوافرة للبحث من ناحية أخرى.

ولقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على التصميم العاملى **Factorial Design** باعتباره "أنسب التصميمات التي تختبر تأثير التفاعل بين أكثر من متغير"، وتم استخدام التصميم العاملى ٢×٣×٤ وهو يشير إلى أن هناك ثلاثة متغيرات (متعددة المستويات) مستقلة يتم قياس تأثيرها، وهى:-

المتغير الأول: عدد الأشرطة الإخبارية على الشاشة، وله أربعة مستويات (بدون شريط - شريط واحد - شريطان - ثلاثة أشرطة أو أكثر).

المتغير الثاني: موضوع الخبر المصاحب لوجود الأشرطة: وله ثلاثة أنواع (سياسي - اقتصادي - رياضى).

المتغير الثالث: نوع المبحوث الذي يشاهد النشرة (ذكور - إناث).

وبتطبيق هذا التصميم العاملى تم تكوين ٢٤ مجموعة تجريبية ٢×٣×٤ تضم كل مجموعة ٦ أفراد، وبذلك بلغ مجموع الأفراد المشاركين في المجموعات التجريبية ١٤٤ مبحوثاً متوسط أعمارهم ٢١,٣ عاماً مقسمين بالتساوى بين الذكور والإناث.

ويمكن توضيح المعالم الرئيسية لهذه المجموعات التجريبية على النحو التالي:-

جدول رقم (١) خصائص المجموعات التجريبية للدراسة

رقم التجربة	رقم المبحوثين	نوع المبحوثين	عدد الأشرطة الاخبارية على الشاشة	نوع النشرة	رقم التجربة	رقم المبحوثين	نوع المبحوثين	عدد الأشرطة الاخبارية على الشاشة	نوع النشرة
١.	٦	ذكور	بدون شريط	سياسية	١٣.	٦	ذكور	شريطان	سياسية
٢.	٦	ذكور	بدون شريط	اقتصادية	١٤.	٦	ذكور	شريطان	اقتصادية
٣.	٦	ذكور	بدون شريط	رياضية	١٥.	٦	ذكور	شريطان	رياضية
٤.	٦	إناث	بدون شريط	سياسية	١٦.	٦	إناث	شريطان	سياسية
٥.	٦	إناث	بدون شريط	اقتصادية	١٧.	٦	إناث	شريطان	اقتصادية
٦.	٦	إناث	بدون شريط	رياضية	١٨.	٦	إناث	شريطان	رياضية
٧.	٦	ذكور	شريط واحد	سياسية	١٩.	٦	ذكور	٣ فأكثر	سياسية
٨.	٦	ذكور	شريط واحد	اقتصادية	٢٠.	٦	ذكور	٣ فأكثر	اقتصادية
٩.	٦	ذكور	شريط واحد	رياضية	٢١.	٦	ذكور	٣ فأكثر	رياضية
١٠.	٦	إناث	شريط واحد	سياسية	٢٢.	٦	إناث	٣ فأكثر	سياسية
١١.	٦	إناث	شريط واحد	اقتصادية	٢٣.	٦	إناث	٣ فأكثر	اقتصادية
١٢.	٦	إناث	شريط واحد	رياضية	٢٤.	٦	إناث	٣ فأكثر	رياضية

ومن بيانات الجدول السابق يتضح أن توزيع المجموعات حسب المتغيرات كان على النحو التالي:

التوزيع حسب النوع:

١٢ مجموعة تجريبية للذكور.

١٢ مجموعة تجريبية للإناث.

التوزيع حسب نوع النشرة:

٨ مجموعات تجريبية شاهدوا نشرات سياسية.

٨ مجموعات تجريبية شاهدوا نشرات اقتصادية.

٨ مجموعات تجريبية شاهدوا نشرات رياضية.

التوزيع حسب عدد أشرطة الأخبار على الشاشة:

٦ مجموعات تجريبية شاهدوا نشرات بدون شريط إخبارى.

٦ مجموعات تجريبية شاهدوا نشرات عليها شريط إخبارى واحد.

٦ مجموعات تجريبية شاهدوا نشرات عليها شريطان.

٦ مجموعات تجريبية شاهدوا نشرات عليها ثلاث أشرطة فأكثر.

إعداد النشرات المستخدمة في الدراسة:

- قامت الباحثة بتسجيل كل النشرات التي تم تقديمها في قناة النيل الإخبارية القناة الأولى المصرية لمدة شهر كامل، وتم إعداد منها ثلاث نشرات أساسية: سياسية واقتصادية ورياضية.
- لتحقيق متغيرات الدراسة ومن خلال المونتاج تم إضافة الأشرطة الإخبارية المطلوبة والمحددة وفقاً لنوع التجربة.
- تم من خلال المونتاج تثبيت المتغيرات التالية ضماناً لعدم تأثر المبحوثين بها.
- عدد الأخبار في النشرة (٥ أخبار).
- طول النشرة (١٠ق).
- تم عرض نشرات الأخبار داخل إطار مسلسل وكأنها فاصل إخبارى حتى يتم تهيئة الظروف العامة للمشاهدة، وذلك بهدف تقييم منتج إعلامى.
- روعى في الأخبار ألا تكون أخباراً قديمة مستهلكة وذلك لضمان عدم وجود خبرة سابقة للمبحوثين بهذه الأخبار.

عينة الدراسة (المبحوثين):

- تم تطبيق الدراسة التجريبية بمجموعاتها الأربع والعشرين على عينة من طلاب أكاديمية أخبار اليوم للصحافة (طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة) وذلك خلال شهرى نوفمبر وديسمبر ٢٠٠٤.

- تم إجراء تجربتين يومياً، وبذا بلغ عدد الأيام الفعلية ١٢ يوماً لمجموعات التذكر و١٢ يوماً لمجموعات الفهم (٢٤ يوماً).
- ساعد الباحثة في إجراء الدراسة عدد من الباحثين (مدرسون وأساتذة ومساعدون).
- بلغ عدد المبحوثين الذين تم التطبيق عليهم ١٤٤ مبحوثاً مقسمين بالتساوى بين الذكور والإناث، وكان متوسط عمرهم ٣,٢١ عاماً بدون اختلافات دالة بين الذكور والإناث.

قياس متغيرات الدراسة:

قياس الفهم:

لقياس مستوى الفهم تم طرح ١٠ أسئلة (سؤالان عن كل خبر في النشرة) ويتم السؤال عن الأجزاء الرئيسية في كل خبر (من، ماذا، أين، متى، لماذا، كيف)، وكان أحد السؤالين مغلقاً (بدائل) والآخر مفتوحاً. وقد بلغ مجموع درجات الفهم ١٢ درجة.

قياس التذكر: The Day After Recall

لقياس التذكر تم إعداد استمارة شبيهة باستمارة قياس الفهم مع اختلاف الأجزاء التي يتم السؤال عنها في كل خبر.

إضافة إلى أسئلة عن طبيعة الأخبار التي تمت مشاهدتها بالأمس. وتم استخدام أسلوبين في طرح الأسئلة:

- اختبار التذكر بتقديم بدائل.
- اختبار التذكر الحر **Free Recall**.

وقد بلغ مجموع درجات التذكر ١٠ درجات أيضاً.

رابعا: نتائج الدراسة واختبار الفروض:

اختبار فروض الدراسة:

* **اختبار الفروض الخاصة بعدد الأشرطة الإخبارية:**

١- يختلف متوسط درجات الفهم بين المبحوثين تبعاً لعدد الأشـرطة الإخباريـة المستخدمة في النشرة.

- لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليـل التبـاين الأحـادى **One Way ANOVA** كانت نتائج الاختبار على النحو التالي:-

جدول (٢) اختبار تحليل التباين لمستويات الفهم على عدد الأشرطة الإخبارية

التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة F	مستوى الدلالة P
التباين بين المجموعات	٥٤,٩١٧	١٨,٣٠٦	٣	٦,٩١١	٠,٠٠٠١
التباين داخل المجموعات	٣٧٠,٨٣٣	٢,٦٤٩	١٤٠		
المجموع	٤٢٥,٧٥	-	١٤٣		

ويتضح من بيانات الجدول أن هناك فروقاً في درجات الفهم بين المجموعات التي شاهدت نشرات إخبارية مختلفة من حيث عدد الأشرطة الإخبارية، وأن هـذه الفروق دالة إحصائياً، حيث إن قيمة **F=6.911** وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

ولمعرفة مصادر التباين والفروق بين المجموعات تم إجراء اختبار **Post Hoc** بطريقة **LSD** وأسفر الاختبار عن النتائج التي يجملها الجدول التالي:-

جدول (٣) مصادر التباين بين مجموعات الدراسة في درجات الفهم على متغير عدد الأشرطة

المجموعات	متوسط درجات الفهم Mean	الانحراف المعيارى	بدون شريط	شريط إخبارى واحد	شريطان	ثلاثة أشرطة فأكثر
بدون شريط	٥,٩٧	٢,٠٤٩			*	*
التباين داخل المجموعات	٥,٢٢	١,٥٥١				*
شريطان	٤,٦٥	١,٧٤٨	*			
٣ أشرطة فأكثر	٤,٤٢	٠,٩٦٧		*		

(*) دال عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك علاقة عكسية بين عدد الأشـرطة الإخبارية الموجودة على الشاشة ومتوسط درجة الفهم، فالمجموعات التي شـاهدت نشرات إخبارية ليس بها شريط إخبارى كانت الأكثر فهمـاً والمجموعـات التـي شاهدت نشرات إخبارية بها أكثر من شريطين كانت الأقل فهماً، أي أن درجة فهم الأخبار تزيد بانخفاض عدد الأشرطة الإخبارية.

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض القائل: يختلف متوسط درجات الفهـم بـين المبحوثين تبعاً لعدد الأشرطة الإخبارية المستخدمة في النشـرة، حيـث تـنخفض درجات الفهم بزيادة عدد الأشرطة.

٢- يختلف متوسط درجات التذكر بين المبحوثين تبعاً لعدد الأشرطة الإخباريـة المستخدمة في النشرة.

- لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحـادى كانـت نتـائج الاختبار على النحو التالي:-

جدول رقم (٤)- اختبار تحليل التباين لمستويات التذكر على عدد الأشرطة الإخبارية

التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة F	مستوى الدلالة P
التباين بين المجموعات	٤٢,٤١٠	١٤,١٣٧	٣	٤,٤٩٣	٠,٠٠٥
التباين داخل المجموعات	٤٤٠,٥٢٨	٣,١٤٧	١٤٠		
المجموع	٤٨٢,٩٣٨	-	١٤٣		

ويتضح من بيانات الجدول أن هناك فروقاً في درجات التذكر بين المجموعات التي شاهدت نشرات إخبارية مختلفة من حيث عدد الأشرطة الإخبارية، وأن هـذه الفروق دالة إحصائياً، حيث إن قيمة **F=4.493** وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

ولمعرفة مصادر التباين والفروق بين المجموعات تم إجراء اختبار **Post Hoc** بطريقة **LSD** وأسفر الاختبار عن النتائج التي يجملها الجدول التالي:-

جدول (٥) مصادر التباين بين مجموعات الدراسة في درجات التذكر على متغير عدد الأشرطة

المجموعات	متوسط درجات التذكر	الانحراف المعيارى	بدون شريط	شريط إخبارى واحد	شريطان	ثلاثة أشرطة فأكثر
بدون شريط	٤,٨٣	١,٧١٥			*	*
التباين داخل المجموعات	٤,٠٣	١,٩٤٩				
شريطان	٣,٣٩	١,٧٦١	*			
٣ أشرطة فأكثر	٣,٦٧	١,٦٥٦	*			

(*) دال عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك علاقة عكسية بين عدد الأشرطة الإخبارية الموجودة على الشاشة ومتوسط درجة التذكر، فالمجموعات التي شاهدت نشرات إخبارية ليس بها شريط إخبارى كانت الأكثر تذكراً، والمجموعات التي شاهدت نشرات إخبارية بها أكثر من شريطين كانت الأقل تذكراً، أي أن درجة تذكر الأخبار تقل بزيادة عدد الأشرطة الإخبارية المصاحبة للنشرة. ودرجة تذكر الأخبار تزيد بانخفاض عدد الأشرطة الإخبارية.

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض القائل: يختلف متوسط درجات التذكر بين المبحوثين تبعاً لعدد الأشرطة الإخبارية.

*** فروض خاصة بنوع النشرة وطبيعة الموضوعات بها:**

٣- يختلف متوسط درجات الفهم بين المبحوثين نوع النشرة وطبيعة الموضوعات بها.

- لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادى وكانت نتائج الاختبار على النحو التالي:-

جدول رقم (٦)- اختبار تحليل التباين لمستويات الفهم على طبيعة الموضوعات الموجودة في النشرة

التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة F	مستوى الدلالة P
التباين بين المجموعات	١٨,١٦٧	٩,٠٨٣	٢	٣,١٤٢	٠,٠٤٦
التباين داخل المجموعات	٤٠٧,٥٨٣	٢,٨٩١	١٤١		
المجموع	٤٢٥,٧٥	-	١٤٣		

ويتضح من بيانات الجدول أن هناك فروقاً في درجات الفهم بين المجموعات التي شاهدت نشرات إخبارية مختلفة الموضوعات (سياسية، اقتصادية، رياضـــية)، وأن هذه الفروق دالة إحصائياً، حيث إن قيمة **F=3.142** وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

ولمعرفة مصادر التباين والفروق بين المجموعات تم إجراء اختبار **Post Hoc** بطريقة **LSD** وأسفر الاختبار عن النتائج التي يجملها الجدول التالي:-

جدول (٧) مصادر التباين بين مجموعات الدراسة في درجات الفهم على نوع النشرات

المجموعات	متوسط درجات التذكر	الانحراف المعيارى	بدون شريط	شرات اقتصادية	نشرات رياضية
نشرات سياسية	٥,٣٣	١,٥٠٦		*	*
نشرات اقتصادية	٤,٥٤	١,٨٤٥	*		
نشرات رياضية	٣,٦٧	١,٦٥٦		*	

(*) دال عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك اختلافاً في درجات الفهـــم بـــين المجموعات التي شاهدت نشرات إخبارية مختلفة (سياسية، اقتصـــادية، رياضـــية) حيث زادت درجات الفهم لدى المجموعات التي شاهدت نشرات سياسية ثم تليهـــا المجموعات التي شاهدت النشرات الرياضية وبفروق دالة إحصـــائياً المجموعـــات التي شاهدت النشرات الاقتصادية.

وتشير النتائج إلى أن:

- لا توجد فروق ذات دلالة في درجات الفهم بين المجموعـــات التـــي شـــاهدت النشرات السياسية والمجموعات التي شاهدت النشرات الرياضية.
- توجد فروق ذات دلالة في درجات الفهم بين المجموعات التي شاهدت النشرات السياسية والمجموعات التي شاهدت النشرات الاقتصادية.
- توجد فروق ذات دالة في درجات الفهم بين المجموعات التي شاهدت النشرات الرياضية والمجموعات التي شاهدت النشرات الاقتصادية.

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض القائل: يختلف متوسط درجات الفهم بين المبحوثين باختلاف نوع النشرة وطبيعة الموضوعات بها.

٤- يختلف متوسط درجات التذكر بين المبحوثين باختلاف نوع النشرة وطبيعة الموضوعات بها.

- لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادى، وكانت نتائج الاختبار على النحو التالي:-

جدول رقم (٨)- اختبار تحليل التباين لمستويات التذكر على طبيعة الموضوعات الموجودة في النشرة

التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة F	مستوى الدلالة P
التباين بين المجموعات	٣,١٢٥	١,٥٦٢	٢	٠,٤٥٩	٠,٦٣٣
التباين داخل المجموعات	٤٧٩,٨١٣	٣,٤٠٣	١٤١		
المجموع	٤٨٢,٩٣٨	-	١٤٣		

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك فروق دالة إحصائياً في درجات التذكر بين المجموعات التي شاهدت نشرات إخبارية مختلفة الموضوعات (سياسية، اقتصادية، رياضية)، حيث إن قيمة **F=0.459** وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥

وتشير النتائج إلى أن المجموعات التي شاهدت النشرات الرياضية كانت هي الأكثر تذكراً **(M=4.19)** والفروق غير دالة إحصائياً.

وعلى هذا نرفض الفرض القائل "يختلف متوسط درجات التذكر بين المبحوثين باختلاف نوع النشرة وطبيعة الموضوعات بها".

*** فروض خاصة بنوع المبحوثين:**

٥- يختلف متوسط درجات الفهم بين المبحوثين باختلاف النوع (الذكور - الإناث):

- لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبارات **T. Test** وهو ما تتضح نتائجه في الجدول التالي:

جدول رقم (٩)- اختبار معنوية الفروق بين الذكور والإناث على متغير الفهم

المجموعات	العدد	متوسط درجات الفهم	الانحراف المعيارى	قيمة ت	مستوى المعنوية
الذكور	٧٢	٤,٨٩	١,٧٨٩	١,٠٦٣	٠,٢٩٠
الإناث	٧٢	٥,١٩	١,٦٥٨		

ومن بيانات الجدول السابق يتضح أن الإناث (M=5.19) أكثر فهماً للأخبار المتضمنة في النشرات الإخبارية من الذكور (M=4.89) غير أن الفروق غير دالة إحصائياً، حيث إن قيمة ت= ١٠,٦٣ وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥

وعلى هذا نرفض الفرض القائل "يختلف متوسط درجات الفهم بين المبحوثين باختلاف النوع".

٦- يختلف متوسط درجات التذكر بين المبحوثين باختلاف النوع.

- لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبارات T.Test وهو ما تتضح نتائجه في الجدول التالي:-

جدول رقم (١٠)- اختبار معنوية الفروق بين الذكور والإناث على متغير التذكر

المجموعات	العدد	متوسط درجات التذكر	الانحراف المعيارى	قيمة ت	مستوى المعنوية
الذكور	٧٢	٤,٢٦	١,٧٨٩	٠,٥٦٩	٠,٠٦٣
الإناث	٧٢	٣,٦٩	١,٩٢٦		

ومن بيانات الجدول السابق يتضح أن الذكور (M=4.26) أكثر تذكراً للأخبار المتضمنة في النشرات الإخبارية من الإناث (M=3.69) غير أن الفروق غير دالة إحصائياً، حيث إن قيمة ت= ٠,٥٦٩ وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥

وعلى هذا نرفض الفرض القائل "يختلف متوسط درجات التذكر بين المبحوثين باختلاف النوع".

*** فروض خاصة بالعلاقة بين الفهم والتذكر:**

٧- توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الفهم ومستوى التذكر:

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار ارتباط بيرسون **Pearson Correlation** بين متغيرى درجات الفهم ودرجات التذكر وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠,٠١٧) وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥

ويوضح الجدول التالي معاملات ارتباط بيرسون داخل فئات كل متغير من متغيرات الدراسة.

جدول رقم (١١)- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين الفهم والتذكر داخل متغيرات الدراسة

المجموعات	قيمة بيرسون	مستوى المعنوية
النوع:		
مجموعات الذكور	٠,٠٦٠	٠,٦١٥
مجموعات الإناث	٠,٠٦٥	٠,٥٨٨
نوع النشرات:		
المجموعات التي شاهدت النشرات السياسية	٠,٠٤٣	٠,٧٧٢
المجموعات التي شاهدت النشرات الاقتصادية	٠,٤٠	٠,٣٤١
المجموعات التي شاهدت النشرات الرياضية	٠,٠٩٣	٠,٥٢٧
عدد الأشرطة الإخبارية:		
المجموعات التي شاهدت نشرات بلا أشرطة	٠,٠٧٥	٠,٦٦٦
المجموعات التي شاهدت النشرات بشريط واحد	٠,١٣٤	٠,٤٣٥
المجموعات التي شاهدت النشرات بشريطين	٠,٢١١	٠,٢١٦
المجموعات التي شاهدت النشرات بثلاث أشرطة فأكثر	٠,١٤٣	٠,٤٠٦

ومما سبق يمكن لنا رفض الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الفهم ومستوى التذكر.

جدول رقم (١٢)- متوسطات الفهم والتذكر لدى مجموعات الدراسة التجريبية

م	الوصف	متوسط درجات الفهم	الانحراف المعيارى	متوسط درجات التذكر	الانحراف المعيارى
-	المجموعات كلها (العينة كلها)	٥,٠٤	١,٧٢٥	٣,٩٨	١,٨٣٨
١.	ذكور + بدون شريط + نشرة سياسية	٦,٣٣	١,٦٣	٥,٨٣	١,٣٢٩
٢.	ذكور + بدون شريط + نشرة رياضية	٦,٣٣	٢,١٦	٤,٨٣	٠,٧٥٣
٣.	ذكور + بدون شريط + نشرة اقتصادية	٥,٣٣	٢,٥٠	٤,٨٣	١,٦٠٢
٤.	إناث + بدون شريط + نشرة سياسية	٦,٥٠	١,٨٧	٣,٣٣	٢,٠٦٦
٥.	إناث + بدون شريط + نشرة رياضية	٥,٣٣	٢,١٦	٥,٨٣	١,٧٢٢
٦.	إناث + بدون شريط + نشرة اقتصادية	٦,٠٠	٢,٤٥	٤,٣٣	١,٧٥١
٧.	ذكور + شريط واحد + نشرة سياسية	٤,٥٠	٠,٨٣٧	٤,٣٣	٢,٢٥١
٨.	ذكور + شريط واحد + نشرة رياضية	٦,٠٠	٠,٨٩٤	٤,٦٧	١,٠٣٣
٩.	ذكور + شريط واحد + نشرة اقتصادية	٣,٥٠	١,٨٧١	٣,٦٧	١,٩٦٦
١٠.	إناث + شريط واحد + نشرة سياسية	٦,٦٧	١,٥٠٦	٤,٨٣	٣,٠٦١
١١.	إناث + شريط واحد + نشرة رياضية	٥,٣٣	١,٣٦٦	٣,٠٠	١,٢٦٥
١٢.	إناث + شريط واحد + نشرة اقتصادية	٥,٣٣	٠,٥١٦	٣,٦٧	١,٦٣٣
١٣.	ذكور + شريطان + نشرة سياسية	٤,١٧	٠,٤٠٨	٣,٥٠	١,٨٧١
١٤.	ذكور + شريطان + نشرة رياضية	٥,٦٧	٢,٦٦	٣,١٧	٢,١٣٧
١٥.	ذكور + شريطان + نشرة اقتصادية	٣,٦٧	١,٨٦٢	٣,٥٠	١,٨٧١
١٦.	إناث + شريطان + نشرة سياسية	٥,٣٣	٠,٨١٦	٢,٣٨	١,٤٧٢
١٧.	إناث + شريطان + نشرة رياضية	٥,١٧	١,١٦٩	٣,٥٠	١,٨٧١
١٨.	إناث + شريطان + نشرة اقتصادية	٣,٣٣	١,٧٥١	٣,٨٣	١,٩٤١
١٩.	ذكور + ٣ أشرطة فأكثر + نشرة سياسية	٤,٨٣	٠,٧٥٣	٤,١٧	١,٤٧٢
٢٠.	ذكور + ٣ أشرطة فأكثر + نشرة رياضية	٣,٨٣	١,١٦٩	٣,٥٠	١,٨٧١
٢١.	ذكور + ٣ أشرطة فأكثر + نشرة اقتصادية	٤,٥٠	٠,٥٤٨	٥,١٧	٠,٧٥٣
٢٢.	إناث + ٣ أشرطة فأكثر + نشرة سياسية	٤,٣٣	١,٣٦٦	٤,٦٧	٠,٨١٦
٢٣.	إناث + ٣ أشرطة فأكثر + نشرة رياضية	٤,٣٣	٠,٨١٦	٢,٥٠	١,٣٧٨
٢٤.	إناث + ٣ أشرطة فأكثر + نشرة اقتصادية	٤,٦٧	١,٠٣٣	٢,٠٠	١,٠٩٥

خامسا: مناقشة نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج يمكن الإشارة إليها على النحو التالي:

أولا: أشارت نتائج الدراسة إلى اختلاف متوسط درجات الفهم والتذكر بين المبحوثين تبعاً لعدد الأشرطة الإخبارية المستخدمة في النشرة، وأن هناك علاقة عكسية بين عدد الأشرطة الإخبارية الموجودة على الشاشة ومتوسط درجة الفهم.

وتشير هذه النتيجة عدداً من الملاحظات منها:-

أ) إنه وعلي الرغم من أن هذه المستحدثات والطرق الإخبارية تهدف إلى زيادة السعة المعرفية للفرد فإن استخدامها قد يؤدى إلى العكس.

ب) إن سوء توظيف الشرائط الإخبارية يتساوى تماماً في نتيجته مع عدم استخدامه، فكلاهما يقلل من الاستفادة من المضمون الإخبارى.

وبصفة عامة يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن هذه الأشرطة هي مثيرات وأن كثرة هذه المثيرات وتزامنها في المضمون الإخبارى يؤدى إلى تشتت ذهن الفرد وقلة تركيزه، فعندما يركز في مضمون الشرائط الإخبارية يقل تركيزه بالتالي مع المضمون المرئى أو مع التعليق الصوتى. خاصة إذا كانت الأشرطة الإخبارية تتناول موضوعات غير مرتبطة بالخبر أو بالمضمون الذي يتم إذاعته صوتاً وصورة.

ويمكن القول إن وراء هذه النتيجة اعتقاد خاطئ من القائمين على إعداد وإخراج النشرات الإخبارية إذ يتصورون أن المشاهد مشاهد متفرغ من ناحية وشديد التركيز أمام التليفزيون من ناحية أخرى وهما وضعان غير موجودين إلا في أوقات محدودة ومدد زمنية قليلة للغاية.

ثانيا: أشارت نتائج الدراسة إلى اختلاف متوسط درجات الفهم بين المبحوثين تبعاً لطبيعة النشرات الإخبارية، حيث زاد متوسط درجات الفهم لدى المجموعات التي شاهدت النشرات السياسية، فالمجموعات التي شاهدت النشرات الرياضية ثم أخيراً المجموعات التي شاهدت النشرات الاقتصادية.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن النشرات السياسية العامة هي نشرات تتضمن أخباراً يغلب على معظمها صفة الاستمرارية من ناحية والعمومية من ناحية أخرى لذا فإن التركيز في جزء من الخبر قد يجعل المستمع أو المشاهد ملماً بها أو يستطيع الإلمام بها حتى مع وجود مثيرات أخرى مثل الأشرطة الإخبارية.

وهذا الوضع الإدراكي قد لا يكون متوفراً بالنسبة للنشرات الاقتصادية التي تتسم أخبارها بالصعوبة من ناحية وبالخصوصية من ناحية أخرى، مما يجعل من القدرة على فهمها مع وجود مثيرات أخرى أمراً بالغ الصعوبة.

وتتوسط النشرات الرياضية بطبيعة الحال الأمر بين النشرات السياسية العامة والنشرات الاقتصادية المتخصصة.

ثالثا: أشارت نتائج الدراسة إلى رفض القائل: يختلف متوسط درجات التذكر بين المبحوثين باختلاف نوع النشرة وطبيعة النشرات الإخبارية، حيث لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات التي شاهدت نشرات مختلفة.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما يعرف بالتأثير النائم **Sleeper Effect** فخلال الفترة ما بين التعرض لنشرات الأخبار بأنواعها ومضامينها الثلاثة وبين اختبار التذكر من الممكن أن يكون قد حدث نوع من تشغيل ومعالجة المعلومات **Information Processing** الأمر الذي أدى إلى تلافي الفروق بين النشرات المختلفة.

شبيه بهذا ما ينادي به علماء التربية في مجال التدريس من أنه لابد وأن يترك الطالب بعد مذاكرته بعض الوقت لعقله حتى يستوعب هذه المعلومات ويقولون بأنه يجب على الطالب أن ينام بعد الاستذكار، ولعل هذه الفكرة شديدة الصلة في هذا المجال بالتأثير النائم أو المستتر **Sleeper or latent** أو التأثير المؤجل **Delayed effect**

رابعاً: أشارت نتائج الدراسة إلى رفض الفرضين القائلين بوجود اختلافات دالة إحصائية في درجات الفهم والتذكر لدى الذكور والإناث، حيث كانت الفروق غير دالة إحصائياً.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج كثير من الدراسات في هذا المجال (مجال الفهم والتذكر) ومنها دراسة آنى لانج وآخريات **Lang et al (2005)**، ودراسة سوزان زوكيرمان **Zuckerman (2004)**، ودراسة إيملى موير **Moyer (2003)**، ودراسة لين ميللر **Miller (2003)** ودراسة هيلين أندرسون **Andresson (2002)**، ودراسة بروك لى بارنيت **Barnnet (2001)**، ودراسة جيسكا هاريل **Harrel (2000)**، ودراسة بارى جانتر **Gunter (2000)**.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن متغيراً مثل التعليم والعمل قد أزال كثيراً من الفروق التي كانت قائمة في الماضى بين الذكور والإناث أو على الأقل جعل هذه الفروق غير دالة إن لم تكن في صالح الإناث في كثير من الأحيان.

خامساً: أشارت نتائج الدراسة إلى رفض الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية بين درجات الفهم ودرجات التذكر.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج عدد من الدراسات السابقة مثل: دراسة آنى لانج وأخريات **Lang et al (2003)**، دراسة أدريان فورنهام وآخرون **Furnham et al (2003)**، دراسة إيفلاند وآخرون **Eveland et al (2002)**، دراسة جيفرى جيونز وآخرون **Gibbones et al (2002)**، وغيرها.

وبصفة عامة يشير الباحثون إلى أنه:-

- لا يوجد حتى الآن إتفاق على أيهما يحدث أولاً: هل الفهم يؤدى إلى التذكر، أم أن التذكر هو ما يؤدى إلى الفهم.
- لا يوجد ارتباط منطقى بين الفهم والتذكر، فالطفل الصغير قد يحفظ القرآن الكريم كاملاً دون أن يعى أو يفهم آية منه، والعالم الكبير قد يكون مدركاً وفاهماً لآيات القرآن الكريم كلها دون أن يكون حافظاً لها أو متذكراً لألفاظها.

خاتمة الدراسة

يعتبر شريط الأخبار المتحرك **Barnews** من أحدث الخدمات الإخبارية التي تقدمها القنوات العامة والمتخصصة لمشاهديها، ويهدف إلى الإحاطة الجارية والمستمرة بآخر الأنباء والأخبار العامة والمتخصصة وذلك بين النشرات الإخبارية.

وقد تباينت وجهات نظر الدارسين والممارسين حول أهمية هذا الشريط الإخبارى، فمن قائل إنه يجعل المشاهد في بؤرة الأحداث ومتابعاً أولاً بأول لكل ما يطرأ من أحداث، وإنه كسر قاعدة أنه على المشاهد أن ينتظر موعد النشرة الثابتة لمعرفة آخر الأنباء أو تداعياتها إلى قائل إنه أدى إلى ازدحام الشاشة الصغيرة بكثير من التفاصيل التي قد يصعب استيعابها بصورة متوازية. وإنه يؤدى إلى تشتت انتباه المشاهدين وعدم قدرتهم على التركيز الكامل في المضمون المرئى المقدم.

ولمحاولة الإسهام في حل هذا التعارض تحددت مشكلة هذه الدراسة في اختبار تأثير هذه الأشرطة الإخبارية على درجة فهم وتذكر المضامين الإخبارية بموضوعاتها المختلفة وبقوالبها المتعددة وصولاً إلى تحديد الإسهام الذي تقدمه هذه الخدمة في زيادة المعرفة.

ولقد اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبى وتم استخدام التصميم العاملى (٢-٣-٤) وبذا بلغت المجموعات التجريبية ٢٤ مجموعة تم سحب مفرداتها من طلاب أكاديمية أخبار اليوم للصحافة وذلك خلال شهرى نوفمبر وديسمبر ٢٠٠٤.

وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:

- وجود علاقة عكسية بين عدد الأشرطة الإخبارية الموجودة على الشاشة ومتوسط درجات الفهم.
- اختلاف متوسط درجات الفهم بين المبحوثين تبعاً لطبيعة النشرات الإخبارية (سياسية – رياضية – اقتصادية).
- عدم وجود فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث في درجات الفهم والتذكر.

• عدم وجود علاقة بين درجات الفهم ودرجات التذكر.

وبصفة عامة فإن هذه الدراسة تؤكد ما ذهب إليه الطرف المعارض للأشرطة الإخبارية من أنها قد تؤدى إلى تشتت ذهن المشاهد وعدم تركيزه. وعلى هذا فإن ما تقترحه الباحثة استناداً إلى نتائج هذه الدراسة هو القيام بعملية ترشيد Rationalization لاستخدام هذه الأشرطة، فقد يكون مقبولاً في بعض الأحيان أن يكون هناك شريط أو شريطان على الشاشة أما أن يصبح هذا هو النمط المعتاد وأن يضاف إليه أشرطة أخرى إضافية فهذه خدمة تؤدى إلى ضياع الخدمة وهدف يؤدى إلى عدم تحقيق الأهداف الأخرى الأكثر أهمية في العمل الإخبارى.

هوامش الدراسة

(١) منى الحديدى (٢٠٠٦) استخدامات الشباب العربى للقنوات الفضائية وتأثيراتها عليهم http:www.lars.net/media_study.htm.

(٢) حنان يوسف (٢٠٠٥) الفضائيات العربية وإدارة الأزمات: معالجة الفضائيات العربية لأزمة العراق (حالة احتلال بغداد) دراسة مسحية مقارنة. في: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، أعمال المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام. القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص ٣٨٧.

(٣) وليد عمشة (٢٠٠١) أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية: دراسة على القنوات الفضائية العربية غير الحكومية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٣٥.

(٤) أحمد فاروق رضوان (٢٠٠٥): اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات. في: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر: مرجع سابق، ص ص ٣١١-٣٤٢.

(٥) المرجع السابق نفسه.

(٦) حسن عماد مكاوى وليل حسين (٢٠٠٢) الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط٣، ص ٣٤٢.

(٧) هشام مصباح (١٩٩٦) فهم وتذكر الأخبار في التليفزيون المصري في إطار نظرية تمثيل المعلومات: دراسة تحليلية وتجريبية على عينة من طلبة الجامعة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص ٤٢-٤٤.

(٨) حسن عماد مكاوى وليلى حسين (٢٠٠٢) مرجع سابق، ص ٣٤٤.

(٩) هشام مصباح (١٩٩٦) مرجع سابق، ص ص ٥٧-٥٩.

(١٠) نفس المرجع السابق.

(١١) أحمد فاروق رضوان (٢٠٠٥) مرجع سابق، ص ص ٣١١-٣٤٢.

(١٢) Lang, Annie et al (2005) Wait ! Don't turn that Dial ! More Excitement to come ! The Effects of Story Length and Production Pacing in local Television News On Channel Changing Behavior and Information Processing in a Free Choice Invironment. Journal of Broadcasting & Electronic Media, vol. 49 no. 1 pp. 3-22.

(١٣) Wilson, Barbara et al (2005) Childern's and Parents, Fright Reactions to Kidnapping Stories in The News. Communication Monographs, vol. 72 No. 1 pp. 46-70.

(١٤) Kamhawi, Rasha (2004) Valence Congruence in Audiovisual Message: Impact on Memory, Comprehension, Channel Choice and Evaluations. Dissertation Abstracts International, vol. 65-05A, p. 1581.

(١٥) Zuckerman, Susan (2004) The Journalistic Code vs. The Filmic Code in Television News: The Effect of Visual Continuity and attention to Visuals on viewer's Judgements of Story Attributes and Recall. Dissertation Abstracts International, vol. 65-50A. p. 1579.

(١٦) moyer, Emily (2003) TV News and Coping: Parents, Use of Strategies for Reducing Childern's News- Induced Fears. Dissertation Abstradcts International, vol. 42-04 p. 1091.

(١٧) Miller, Lynn (2003) The Effects of Live, Breaking and Emotinal Television News on Viewrs, attention and Memory. Dissertation Abstracts International, vol. 64-07A. p. 2300.

(١٨) lang, Annie et al (2003) Making News Memorable: Applying Theory to The Production of Local Television News. Journal of Broadcasting & Electronic Media. Vol. 47, No. 1, pp. 113-123.

(١٩) Grabe, Marie (2003) News contents and form: Implications for Memory and audience Evaluations. Communication Research, vol. 30, no. 4, pp. 387-413.

(٢٠) furnhan, Adrian Et Al (2003) Children's and Adults, Recall of Children's News Stories In Both Print and Audio- Visual Presentation Modalities. Applied Cognitive Psychology, vol. 17, no. 2, p. 250.

(٢١) Eveland, William et al (2002) Learning form The News in Campaign 2000: An Experimental Comparisonof TV News, Newspapers, and Online News. Media Psychology, Vol. 4, no. 4, pp. 353-378.

(٢٢) gibbons, Jeffry Et al (2002) The Effects of Story affect and Story Role on Participants, Memory for Character Sex In News Stories. International Journal of Cognitive Technology, Vol. 7, No. 2, pp. 23-32.

(٢٣) Anderson, Hellen (2002) Television News as Interaction. Dissertation Abstracts International, vol. 64-02, p. 285.

(٢٤) Barnett Brooke Lee (2001) Effects of Visual and Aural Portrayals of the Accused in Television Crime Stories on Audience Perceptions of Threat and Guilt. Dissertation Abstracts International, vol. 62-08A. pp. 2616.

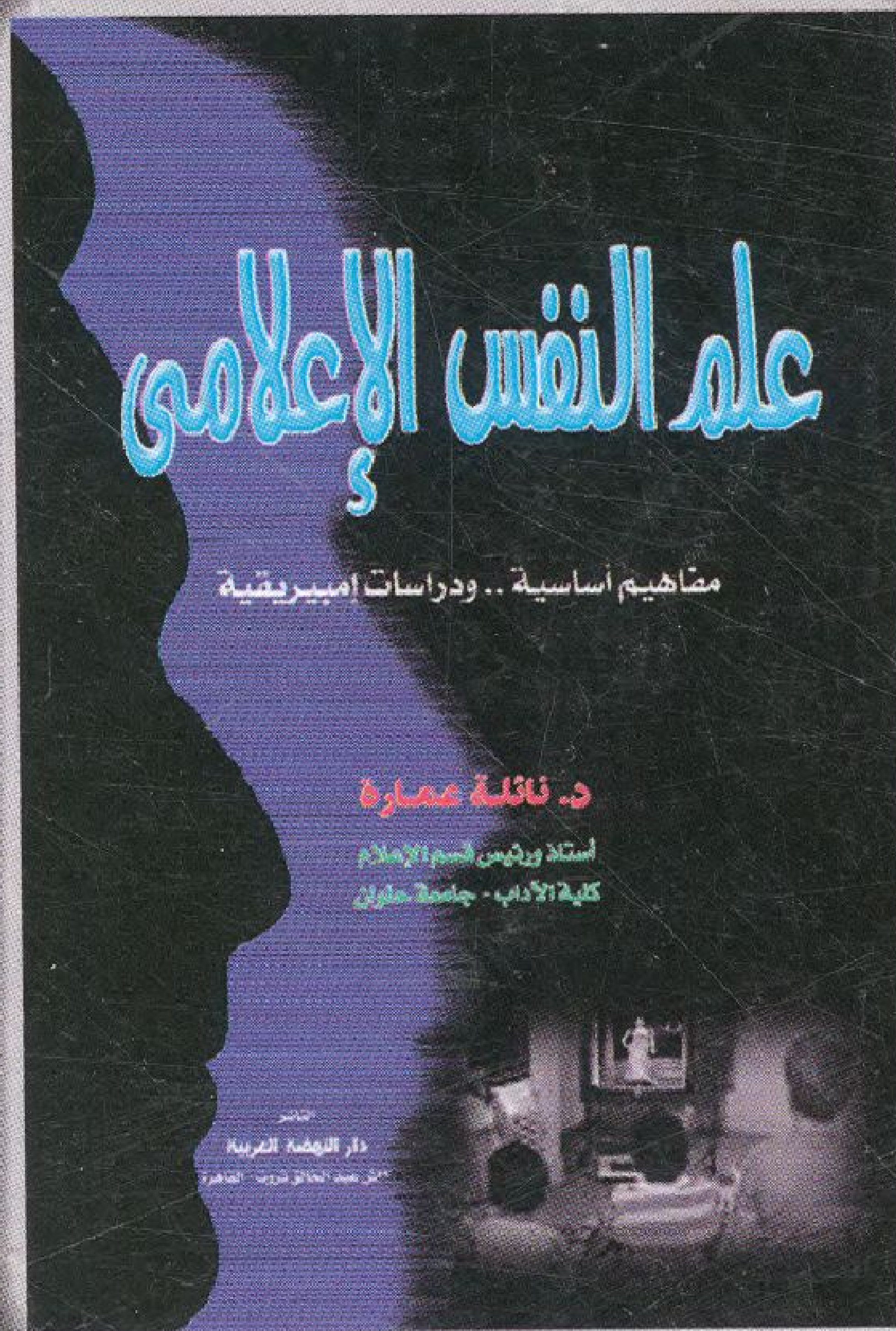
(٢٥) abdulnabi, Hassan (2001) The Impact of Computer- Generated Graphics and Story Complexity on Recall and Comprehension: An Experimental study of Kuwait Television News. Dissertation Abstracts International, vol. 62-03A, p. 825.

(٢٦) fujioka Yuki (2000) Affective and Cognitive Responses to Minority TV Portrayls: Effects of TV News on Mexican American Perception of Own Group Members. Dissertation Abstracts International, vol. 61—12A, p. 4598.

(٢٧) Harrell, Jessica (2000) Affective Responses to television Newscasta: Have you Heard The News ? Dissertation Abstracts International, vol. 61-05B, p. 2762.

(٢٨) walma, Molen Et al (2000) The Impact of Television, Print and Audio on Children's Recall of the News: A Study of Three Alternative Exlanations for the Dual Coding Hypothesis. Human Communication Research, vol. 26, No. 1, pp. 3-26.

(٢٩) Gunter, Barrie Et al (2000) Children's Memory for News: A Comparison of Three Presentation Media. Media Psychology. Vol. 2, No. 2, pp. 93-118.



علم النفس الإعلامى

يعتبر علم النفس الإعلامى من المجالات البينية التى استحوذت على اهتمام الباحثين الإعلاميين منذ البدايات الأولى للدراسات الإعلامية وحتى الآن وتمثل أعمال كارل هوفلاند وبول لازرسفيلد وكورت ليفين، فى الثلاثينيات والأربعينيات من القرن العشرين، الأساس لهذا العلم، ونقطة الانطلاق الأولى له.

وعلى الرغم من كثرة المؤلفات الغربية عن علم النفس الاعلامى، وثراء المكتبة الغربية، لاسيما الأمريكية، بعديد من الكتب المهمة، فإن المكتبة الإعلامية العربية تكاد تخلو من أى مؤلف علمى جاد، فى هذا المجال، يزاوج بين الرؤية النظرية بقضاياها وأطروحاتها المختلفة، والتطبيق العملى بمشاكله وتبايناته المتعددة.

وهذا الكتاب، الذى بين يدى القارئ، يحوى تعريفاً بهذا العلم، وتوصيفاً لأهم مجالاته، وتصنيفاً لموضوعات الدراسة فيه، إضافة إلى ذلك. فهو يقدم نماذج تطبيقية لدراسات إعلامية تتخذ من علم النفس أساساً لها، أو دراسات نفسية تتخذ الإعلام مجالاً لها. وهو بهذا ، كتاب لا غنى عنه لكل دارس للظاهرة الإعلامية وتأثيراتها، ولكل ممارس يريد أن يحقق أهدافه وغاياته، ولهما معاً فى سعيهما نحو فهم أفضل لسلوكيات الفرد.


Bibliotheca Alexandrina
0658681

